ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ

(ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ)

(ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಡಾಕ್ಟರ್ ಆಫ್ ಫಿಲಾಸಫಿ(ಪಿಎಚ್.ಡಿ.)ಪದವಿಗಾಗಿ
ಸಾದರಪಡಿಸಿದ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ)

ಸಂಶೋಧಕರು
ರಾಜಶೇಖರ ಪಿ.ಕಂಬಾರ

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು
ಡಾ. ವೀರೇಶ ಬಡಿಗೇರ
ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು

ಹಸ್ತಪ್ರತಿಶಾಸ್ತ್ರ ವಿಭಾಗ
ಭಾಷಾನಿಕಾಯ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ ೫೮೩ ೨೭೬
೨೦೧೩

ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ

(ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ)

(ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಕ್ಕೆ ಡಾಕ್ಟರ್ ಆಫ್ ಫಿಲಾಸಫಿ(ಪಿಎಚ್.ಡಿ.)ಪದವಿಗಾಗಿ
ಸಾದರಪಡಿಸಿದ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧ)

ಸಂಶೋಧಕರು

ರಾಜಶೇಖರ ಸಿ.ಕಂಬಾರ

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಡಾ. ವೀರೇಶ ಬಡಿಗೇರ

ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು

ಹಸ್ತಪ್ರತಿಶಾಸ್ತ್ರ ವಿಭಾಗ
ಭಾಷಾನಿಕಾಯ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ ೫೮೩ ೨೭೬

೨೦೧೩

ಪ್ರಮಾಣ ಪತ್ರ

ಡಾ.ವೀರೇಶ ಬಡಿಗೇರ ಅವರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ **ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ(ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ)** ಎಂಬ ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಪಿಎಚ್.ಡಿ. ಪದವಿಗಾಗಿ ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ **ಹಸ್ತಪ್ರತಿಶಾಸ್ತ್ರ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ** ಸಾದರಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ. ಈ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಇತರೆ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ ವೆಂದು ಈ ಮೂಲಕ ಪ್ರಮಾಣಿಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಸ್ಥಳ: ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ
ದಿನಾಂಕ: 11.12.13

ರಾಜಶೇಖರ ಸಿ.ಕಂಬಾರ
ಸಂಶೋಧಕರು
ಹಸ್ತಪ್ರತಿಶಾಸ್ತ್ರ ವಿಭಾಗ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ ೫೮೩ ೨೭೬

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರ ದೃಢೀಕರಣ ಪತ್ರ

ರಾಜಶೇಖರ ಸಿ.ಕಂಬಾರ ಅವರು ನನ್ನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ **ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ(ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ)**ಎಂಬ ಸಂಶೋಧನಾ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ **ಹಸ್ತಪ್ರತಿಶಾಸ್ತ್ರ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ** ಪಿಎಚ್.ಡಿ.ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಹಾಪ್ರಬಂಧದ ಸಮಗ್ರ ವಿಷಯವನ್ನು ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಭಾಗವನ್ನು ಈ ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಪದವಿಗಾಗಿ ಇಲ್ಲವೆ ಪ್ರಕಟಣೆಗಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲವೆಂದು ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಸ್ಥಳ: ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ
ದಿನಾಂಕ: ೧೧-೧೩-೧೨

ಡಾ.ವೀರೇಶ ಬಡಿಗೇರ
ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು
ಹಸ್ತಪ್ರತಿಶಾಸ್ತ್ರ ವಿಭಾಗ
ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ
ವಿದ್ಯಾರಣ್ಯ ೫೮೩ ೨೭೬

ಪರಿವಿಡಿ

ಒಂದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಅಧ್ಯಯನದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಮತ್ತು ಹರವು; ವೈಧಾನಿಕತೆ

ಅಧ್ಯಯನದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ಕಾಲ್ಪನಿಕ ಲೋಕವನ್ನು ಅಥವಾ ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಜಗತ್ತನ್ನು, ಅದರ ಆಗು–ಹೋಗುಗಳನ್ನು ಒಂದು ಪ್ರಕಾರಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಿ ಒಪ್ಪಿತವಾಗುವಂತೆ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವುದೇ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮ ಹಾಗೂ ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಅಥವಾ ನೋಡಲು ಜನರು ಇಲ್ಲವೇ ಜನರ ಗುಂಪು ಇರಲೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ವರ್ಗವನ್ನೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೆಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಅರ್ಥವಾಗಲೀ ಉದ್ದೇಶವಾಗಲೀ ಪೂರ್ಣವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ನಾವು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಕಾರವನ್ನು ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮ ಎಂದು ಕರೆಯಬೇಕಾದರೆ ಅದು ನೋಡುವಂಥಾದ್ದಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಜನರಿಗಾಗಿಯೇ ರಚಿಸಿದ್ದಾಗಿರಬೇಕು.

ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನೇರ ಸಂವಹನವೂ ಈ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದಲೇ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದರಿಂದ ನೋಡುವವರ ತಾದಾತ್ಮತೆಯನ್ನು ಈ ಮಾಧ್ಯಮವು ತನ್ನಲ್ಲಿ ಸೆಳೆದುಕೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ನೋಡುಗರಿಂದ ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾದಾಗ ಮಾತ್ರವೇ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾದ ಅರ್ಥಗೋಚರವಾಗುವುದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಪೂರ್ಣಫಲವನ್ನು ಕಾಣಿಸುವುದೇ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆ.

ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮ ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಮೊದಲಿಗೆ ಕಾಣಿಸುವುದೇ ಪ್ರಸಂಗ ಅಥವಾ ನಾಟಕ. ಬಹುಶಃ ಎಲ್ಲಾ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರಗಳಿಗೆ ತಾಯಿ ಬೇರಿನಂತಿರುವ ಈ ಪ್ರಕಾರ ಮಾನವ ಲೋಕಕ್ಕೆ ದೈವದಕೊಡುಗೆ. ನಾಟಕದ ಮೊದಲ ಉಲ್ಲೇಖ ಭರತನ ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದರೂ ಅದರ ಮೂಲರೂಪ ಮೌಖಿಕ ಪರಂಪರೆಯಲ್ಲಿ ಹಾಸುಹೊಕ್ಕಾಗಿದೆ. ಮೊದಮೊದಲು ದೈವದ ಆಚರಣೆಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿದ್ದ ಪ್ರಕಾರ ನಂತರ ತನ್ನ ಒಡಲಲ್ಲಿ ಅನೇಕ

ವಿಷಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹರವಿಕೊಂಡು ಈಗ ಅಗಾಧವಾಗಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿದೆ. ತೋಂಡಿ ಪ್ರತಿಭೆಯ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಸಣ್ಣಾಟ, ದೊಡ್ಡಾಟ, ಪಾರಿಜಾತ, ಯಕ್ಷಗಾನ, ಬಯಲಾಟ ಕಳಶಪ್ರಾಯವಾದ ಪ್ರಕಾರಗಳು.

ಮೌಲ್ಯಗಳ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಗಾಗಿ, ಸಮುದಾಯದ ಭಕ್ತಿಯ ನಿವೇದನೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಭಕ್ತಿಯನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪ್ರಕಾರಗಳು ಸಾಕಾರಗೊಂಡಿದ್ದವು. ಈ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಸಮುದಾಯದ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯೇ ಅತ್ಯಂತ ಸಹಜ ಸ್ಥಿತಿಯಾಗಿದ್ದು ಕಾಲಕ್ರಮೇಣದಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಣ್ಣಾಟಗಳೂ ಕೂಡ ಊರ ಜನರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ಯಿಂದ ಪೂರ್ಣಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದವು. ಅಲ್ಲಿ ಹಣದ ಬೇಡಿಕೆಯಿರಲಿಲ್ಲ. ದೈವದಲ್ಲಿನ ಭಕ್ತಿಯ ಬೆಂಬಲವಿತ್ತು. ಕಲೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರೀತಿಯ ಶಕ್ತಿ ತುಂಬಿತ್ತು. ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಭಕ್ತನೂ ಆಗಿದ್ದ ಕಲಾರಾಧಕನೂ ಆಗಿದ್ದ. ಇಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಅರ್ಹತೆಗಳನ್ನು ತನಗೆ ತಾನೇ ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದ. ಅವನ ಸೃಷ್ಟಿಕ್ರಿಯೆಯ ಪ್ರಪಂಚ ಹ್ಯಾಗಿತ್ತೆಂದರೆ, ಈಗ ನಾವು ನೋಡುವ ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ರಂಗ ಪರಿಕರಗಳು(ಮೇಕಪ್, ರಂಗ ಸಜ್ಜಿಕೆ, ವಸ್ತ್ರಾಭರಣ ಇತ್ಯಾದಿ...) ಆಗ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ನಾಟಕದ ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ತನ್ನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ! ಒಂದು ಆಟ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದರೆ ಸೇರಿದವರೆಲ್ಲರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಯೂ ಒಂದೊಂದು ನಾಟಕ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಒಬ್ಬೊಬ್ಬರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬೊಬ್ಬ ಕೃಷ್ಣ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದೇ ಆಟ ಎಷ್ಟೇ ಭಾರಿ ಆಡಿದರೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅಷ್ಟೂ ಭಾರಿ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದ. ಆತನಿಗೆ ಬೇಸರವಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಆಯಾ ವರ್ಷದ ತನ್ನ ಅನುಭವಕ್ಕೆ ಕೃಷ್ಣನ ರೂಪು ಬದಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಅದೇ ಆಟಕ್ಕೆ ಮತ್ತೊಂದು ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ರಂಗದ ಮೇಲಿನ ನಟ ಕೇವಲ ಸೂಚನೆಯಾಗಿದ್ದ. ಅದನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಿದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಅದನ್ನು ತಕ್ಕ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ತಿರುಗಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಈ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಕಾರಣೀಭೂತನಾದ ನಟನನ್ನು ಅರ್ಥಧಾರಿಗಳೆಂದೇ ಕರೆಯುತ್ತಿದ್ದರು.ಅವನು ಸಾಧಿಸುತ್ತಿದ್ದ ತಾದ್ಯಾತ್ಮತೆ ಮತ್ತು ಅಂತರ ಮುಂದೆ ಅಭಿಜಾತ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿತ್ತು. ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿಯೇ ಕೆಲವು ಅರ್ಹತೆಗಳಿದ್ದರೆ(ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, ಭಾವಾದಿಗಳ ಸಮೀಕರಣ, ರಸಸ್ವಾದ ಇತ್ಯಾದಿ) ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಾಗುತ್ತಾರೆಂದು ತಿಳಿಯಿತು.

ನಾಟಕವನ್ನು ನೊಡಲು ಬರುವವರ ಮತ್ತು ನಾಟಕದ ನಡುವೆ ಸಾಮಾಜಿಕವಾದ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕವಾದ ಸಂದರ್ಭವೊಂದು ಏರ್ಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ನೋಡುಗ ಮತ್ತು ಆಡುವವರ(ಆಟ ಆಡುವವರು-ಅಂದರೆ ನಾಟಕದ ನಟರು) ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಗಟ್ಟಿಗೊಳ್ಳುವುದು ಇಲ್ಲಿಯೇ.

ಹಾಗಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ಕೊಡು ಮತ್ತು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ನಡದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ನೋಡುಗರು ಅರ್ಥವನ್ನು ಬಯಸುವುದು ಮತ್ತು ಬಯಸಿದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಆಡುವವರು ಕೊಡುವುದು ಎಂದಾಗಬಹುದು. ಆ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನಮ್ಮ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ನಟರನ್ನು ಅರ್ಥಧಾರಿಗಳು ಅಥವಾ ದೂತೆ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಅರ್ಥ ಸರಿಯಾಗಿ ಹೊಳೆಯದಿದ್ದರೆ ನೋಡಲು ಬಂದಿರುವವರು ಈ ಅಪೂರ್ಣತೆಯನ್ನು ಒಪ್ಪುವುದಿಲ್ಲ. ಪೂರ್ಣತೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಮಯೋಚಿತವಾದ ಆನಂದ ಹೊಂದಿದಾಗಲೇ ನಾಟಕ ನೋಡಿದ ಅನುಭವ ವೇದ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಈ ಅರ್ಥದ ಅನುಭವವನ್ನೇ 'ಕೆಥಾರ್ಸಿಸ್'ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ನಾಟಕ ನೋಡಲು ಬಂದವನನ್ನು 'ಪ್ರೇಕ್ಷಕ' ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

ನಟ ಅಥವಾ ನಾಟಕ ಕೊಡುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗುಣ ಅವನಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಪಕ್ಕಾ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾದ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುಂಪನ್ನು/ವರ್ಗವನ್ನು/ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟು ಕೊಂಡ ಪ್ರಕಾರ ಇದಾಗಿದೆ. ಇದೇ ಮಾತು ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲಿಯ 'ಆಟ' ಇಡೀ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದು ಮತ್ತು ಸಮುದಾಯದ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥೈಸುವಿಕೆಯೇ ಅಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಗುರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಕಾಲಕ್ರಮೇಣದಲ್ಲಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪಲ್ಲಟಗಳನ್ನು ದಾಟುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಿರಂಗಭೂಮಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿತು. ಪೌರಾಣಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಜಿಕ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಮನರಂಜನೆಯ ಚೌಕಟ್ಟಿಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿದ ಯಶಸ್ಸು ವೃತ್ತಿರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಸಲ್ಲುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗಾಗಿಯೇ ಮನರಂಜಿಸಲು ಹುಟ್ಟಿದ ಇವುಗಳು ಆತ ಇಷ್ಟಪಡುವ ವಾಸ್ತವತೆಯ ರಂಗುಗಳನ್ನು ರಂಗಭೂಮಿಯ ಮೇಲೆ ತಂದು ಯಶಸ್ವಿಯಾಯಿತು. ಪರದೆ ಬಂದವು, ವಸ್ತ್ರಾಭರಣವು ಬಂದಿತು, ಭಾವಣಿಯೂ ಬಂದಿತು. ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ಬಂದ ಮೇಲೆ ಇವನ್ನು ಭರಿಸಲು ಹಣ ಬೇಕಿತ್ತಲ್ಲ ಕೊಡೋರು ಯಾರು? ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಶ್ರೀಮಂತರು ಧಾರಾಳವಾಗಿ ದಾನ ಮಾಡಿದರು. ಇದನ್ನೇ ನಂಬಿ ಬದುಕುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂಬ ಚಿಂತನೆಯಲ್ಲಿದ್ದಾಗ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಹೊಳೆದದ್ದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ. ಅವರಿಂದ ಹಣ ಪಡೆದು ಅಂದರೆ ಅವರಿಗೆ ಆಟದ ಟಿಕೆಟ್ ಮಾರಿ ಆಟ ತೋರಿಸತೊಡಗಿದ. ಇಲ್ಲಿಗೆ ಕಲಾ ಪ್ರಕಾರವೊಂದಕ್ಕೆ ಪ್ರಪ್ರಥಮವಾಗಿ ಬಂಡವಾಳ ಹರಿದು ಬಂದದು ವೃತ್ತಿರಂಗ ಭೂಮಿಯಿಂದ ಎಂದು ಸಾಬೀತಾಯಿತು. ಇಲ್ಲಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಗ್ರಾಹಕನಾದ. ಮನರಂಜನೆಯಾಗಲೀ ಮತ್ತಿನ್ನೇನನ್ನಾಗಲೀ ಹಣ ಕೊಟ್ಟಾಗ ಕೊಂಡಂತೆಯೇ ಅಲ್ಲವೇ. ಗ್ರಾಹಕನಾದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನಾಟಕದ ಪಠ್ಯದಿಂದ ಅನೇಕಾನೇಕ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟ. ಪಡೆದು ಯಶಸ್ವಿಯೂ ಆದ. ಆದರೆ ಮುಂದೊಂದು

ಹಂತದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಳವಡಿಕೆ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಕಷ್ಟದಿಂದ ಸಾಧ್ಯವಿರದಿದ್ದ ಕಾರಣದಿಂದ ವೃತ್ತಿರಂಗವನ್ನು ಬಿಟ್ಟುಬಿಟ್ಟ. ಇದು ಒಂದು ಹಂತ.

ಹಾಗೆ ಬಿಟ್ಟವನೇ ನೇರವಾಗಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಮುಖ ಆಕರ್ಷಣೆಯಾಗಿ ಬಂದಿದ್ದ ಸಿನೆಮಾಗೆ ಕಾಲಿಟ್ಟ. ಅವನಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ಪರದೆಯೇ ಬೆರಗಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿತ್ತು. ಅಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಹಣ ಕೊಟ್ಟೇ ಹೋಗಬೇಕಾಗಿತ್ತು. ಹೋದ. ತಮಗಿಂತಲೂ ಮೂರು ಪಟ್ಟು ದೊಡ್ಡದಾದ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಆಟ ನೋಡುವುದು ಅವನಿಗೆ ಸೋಜಿಗವಾಯಿತು. ಪಥ್ಯಗಳು ಬೇರೆಯೇನಿರಲಿಲ್ಲ. ಈತ ವೃತ್ತಿರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಯಾವ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಆಸ್ವಾಧಿಸಿದ್ದನೋ ಅದೇ ಪಥ್ಯದ ಅಳವಡಿಕೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲೂ ಕಂಡ–ಮೆಚ್ಚಿಕೊಂಡ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥರಗಳಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಂದ ಸಿನೆಮಾ ಬೆಳೆಯಿತು. ಆದರೊಟ್ಟಿಗೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವೂ ಬೆಳೆಯಿತು. ಈ ಮಧ್ಯೆ ಬಂದ ಹವ್ಯಾಸಿ ರಂಗಭೂಮಿಯು ಸಾಹಿತ್ಯದ ಅಪ್ಪುಗೆಯಲ್ಲಿ ಅರಳಿದ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿದೆ. ಮನರಂಜನೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಒಡಮೂಡಿಸಿರುವ ಈಗಿನ ಶಿಷ್ಟ ರಂಗಭೂಮಿ ಪ್ರಯೋಗಶೀಲತೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ತೆರೆದು ಕೊಂಡಿದೆಯಲ್ಲದೇ ಸಾಹಿತ್ಯದ ಇನ್ನೊಂದು ಪ್ರಕಾರವೆಂಬಂತೆ ಬಿಂಬಿತವಾಗಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಇದನ್ನು ನೋಡುವವರು ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಓದುಗರೂ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೂ ಆಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಇನ್ನೊಂದು ಅತ್ಯಂತ ಯಶಸ್ವಿ ಪ್ರಕಾರ ಕಿರುತೆರೆ(ಟೆಲಿವಿಷನ್). ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯೇ ಇದರ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾದರೂ ಕಲೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಮಹತ್ತರವಾದ ಪ್ರಕಾರಗಳ ಅತ್ಯಂತ ಯಶಸ್ವೀ ಬಳಕೆಯನ್ನು ನಾವು ಇಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇವೆರಡೂ ಒಂದೇ ನಾಣ್ಯದ ಎರಡು ಮುಖಗಳೆಂದರೂ ತಪ್ಪಾಗಲಾರದು. ಅಗಾಧ ಪ್ರಮಾಣದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತನ್ನಲ್ಲಿಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಶಕ್ತಿಯೇ ಈ ಎರಡೂ ಪ್ರಕಾರಗಳ ಯಶಸ್ಸು. ಸಿನೆಮಾ ತನ್ನ ಛಾಪನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡಿರದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಆವಿಷ್ಕಾರವಾಗಿ ಬಂದ ಟೀವಿ ಆಗಲೇ ಮನೆಯೊಳಗೆ ಕಾಲಿರಿಸಿಯಾಗಿತ್ತು. ಇಲ್ಲಿಗೇ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿದ್ದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಚಂದಾದಾರನಾದ.

ಇನ್ನು ಕಿರುತೆರೆಯು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಗಡಿಗಳನ್ನೂ ಮೀರಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಲ್ಲ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ನೋಡ ಬಯಸುವವರು ಸಿನೆಮಾ–ನಾಟಕಗಳಲ್ಲಿಯಂತೆ ಹೊರ ಹೋಗಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಮನೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಕುಳಿತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಾಗುವ ಸೌಭಾಗ್ಯವನ್ನು ಈ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರ ಕಲ್ಪಿಸಿತು.

ಇದೇ ಮಾತು ಸಿನೆಮಾ ನೋಡಲು ಬಂದವರಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಒಂದು ತಯಾರಾದ ಸರಕಿನ ಅಂದವನ್ನು ನೋಡಲು ಮಾತ್ರ ಬಂದವರು ಇವರು. ಇಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕವಾದ,

ಮಾನಸಿಕವಾದ, ಭಾಷೆಗೆ ಸಂಭಂದಿಸಿದ ಯಾವ ಸಂದರ್ಭವೂ ಅದು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಮನರಂಜನೇಯೇ ಪ್ರಧಾನವದ ವ್ಯಾಪಾರೀ ಸಂದರ್ಭವೇ ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಸಿದ್ಧತೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾಧ್ಯಮವು ಕೂಡ ಅದನ್ನೇ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ನೋಡಲು ಬರುವವರಿಗೆ ಯಾವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜವಾಬ್ಧಾರಿ ಗಳೇನೂ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಕಿರುತೆರೆಯೂ ನೋಡುಗರನ್ನು ಕೇವಲ ವ್ಯಾಪಾರೀ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಮಾತ್ರ ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಯಾವುದೇ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಇದು ಕೇಳುವುದಿಲ್ಲ ಬದಲಾಗಿ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ನೋಡುಗರನ್ನು ವೀಕ್ಷಕರನ್ನಾಗಿಯೂ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನಾಗಿಯೂ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನೋಡಲೇಬೇಕಾದ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದಲ್ಲದೇ ಸಂವಹನದ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗು ವಂತೆಯೂ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜವಾಬ್ಧಾರಿಯನ್ನೂ ನಿರ್ವಹಿಸದ ಮತ್ತು ಅಂಥ ಮಹತ್ವದ ಅರ್ಥದ ಬೆನ್ನು ಹತ್ತದ ಸಿನೆಮಾ ಮತ್ತು ಕಿರುತೆರೆಯ ನೋಡುಗರನ್ನು ಏನೆಂದು ಕರೆಯಬಹುದು?!. ಕಾರಣ ಇವರ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ತಾತ್ಕಾಲಿಕವಾದದ್ದು. ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರೀಕರಣದ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶವನ್ನಾಗಿಸುವುದು ಬಹುಶಃ ಗೋಳೀಕರಣದ ಪ್ರಭಾವವೂ ಅಹುದೆನ್ನಬಹುದು.

ಅಧ್ಯಯನದ ಹರವು

ಮೇಲೆ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಿದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನನ್ನ ಈ ಸಂಶೋಧನೆ ವಿವಿಧ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಹಾಗೂ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರೇರಿತ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಹರವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುವುದಲ್ಲದೇ ಇವರಿಬ್ಬರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಏನಾಗಿರಬಹುದೆಂದೂ ನೋಡಿದ್ದೇನೆ. ಇಂದು ಟೀವಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನೇ ಮೂಲವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅನೇಕ ಪ್ರಕಾರಗಳು ಹುಟ್ಟಿರುವುದನ್ನು ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಒಪ್ಪಲೇಬೇಕಾದ ಸತ್ಯ. ಅವುಗಳಿಗೆಲ್ಲಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಆಶ್ರಯವೇ ಬೇಕಿತ್ತು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಮೊಬೈಲ್, ಅಂತರ್ಜಾಲ ಇತ್ಯಾದಿ.

ಓಂ ಪ್ರಥಮದಲ್ಲಿ ಟೀವಿ ಬಂದಾಗಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಎಂಬುದಾಗಿತ್ತು. ಪಾರಂಪರಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮನೋಭಾವವನ್ನೇ ಗುರುತಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಉತ್ತಮ ಕಥೆಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾದುವು. ಎಲ್ಲರ ಅಭಿರುಚಿಯೂ ಇದೇ ಆಗಿತ್ತು. ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ನಾಯಿ ಕೊಡೆಗಳಂತೆ ಹುಟ್ಟಿದ ವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರದ ಜರೂರಿಯೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದ್ದ ಕಾರಣ

ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಪಠ್ಯಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗ ತೊಡಗಿದವು. ಇಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯಗಳು ಎಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಎಂದರ್ಥ.

ಈ ವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ಇಂಥವೇ ಪಠ್ಯ ಇರಬೇಕೆಂದು ಅಥವಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಇಂಥದ್ದನ್ನೇ ಕೇಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆಂದು ಹ್ಯಾಗೆ ಗೊತ್ತಾಯಿತು? ಈ ಮನೋಭಿಲಾಷೆಯೂ ಬದಲಾದ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯ ಫಲಿತಾಂಶ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಅದನ್ನು ಬೇಗನೇ ಕಂಡುಕೊಂಡು ತನ್ನ ಪಠ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಸಾರಿತು. ಆ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪ್ರಭುವೇ ಕಾರಣವೆಂದು ಆತನೇ ತನಗೆ ಬೇಕಾದ ಪಠ್ಯಗಳ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತಾನೆಂದು ಸಾರಿತು. ಅದಕ್ಕಾಗಿ ತನ್ನಲ್ಲಿ ಮೊರೆಯಿಟ್ಟಿದ್ದನೆಂದು, ಅವನು ಕೇಳಿದ್ದಕ್ಕೇ ನಾವು ಕೊಡುತ್ತಿರುವೆವೆಂದೂ ಸಾರಿತು. ಅಷ್ಟಕ್ಕೇ ನಿಲ್ಲದೇ ಇದು ಪುಗಸಟ್ಟೆ ಅಲ್ಲವೆಂದೂ ತಿಳಿಸಿಬಿಟ್ಟಿತು. ತನ್ನ ಅಹಂಕಾರಕ್ಕೆ ಸೊಪ್ಪು ಹಾಕಿದ್ದರಿಂದಲೋ, ಹೊಸದರ ಕಡೆಗಿನ ತುಡಿತದಿಂದಲೋ, ಹೊಸ ಪಠ್ಯಗಳ ಬೆರಗಿಗೆ ಮನಸೋತಿದ್ದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅಹುದಹುದೆಂದ. ಅಲ್ಲಿಗೇ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿದ್ದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಚಂದಾದಾರನಾದ.

ಇಲ್ಲಿಗೇ 'ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮ' ಎಂಬ ಉಕ್ತಿಯು ಮಾಯವಾಯಿತು. ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿ ಧೋರಣೆಯ ಮಾಧ್ಯಮ ನಡೆಯುವುದು ಕಲೆಯಿಂದಲ್ಲ ಉತ್ತಮ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಲಕ್ಷಣಗಳಿಂದ. ತನ್ನ ಸಮೃದ್ಧಿಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜೊತೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಕೈಗೂಡಿಸಿತು. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೂ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹಿಂದೆ ನಿಂತಿತು. ಆ ನಂತರ ಆದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂಬಂಧ ಮತ್ತು ಪರಸ್ಪರರ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಈ ಸಂಶೋಧನೆ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಗುರುತಿಸುತ್ತದೆ.

ಮೊದಲನೆ ಅಧ್ಯಾಯವು ಅಧ್ಯಯನದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಮತ್ತು ಹರವು, ವೈಧಾನಿಕತೆಯ ಕುರಿತದ್ದಾಗಿದೆ.

ಸಂವಹನೆಯೇ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಮುಂದೊಯ್ಯುವ ಸಾಧನವಾಗಿದ್ದರಿಂದ ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯವು ಸಂವಹನೆಯ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಡುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡುತ್ತಲೇ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸಂವಹನೆಯ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮತ್ತು ಅದರ ಕಾರ್ಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನೂ ಚರ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾರತ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಆಯಾ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಬಂದ ಸಂವಹನ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖವಾಗಿವೆ.

ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಮೂಲವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಹುಟ್ಟಿದ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಅದರ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಂದಿಗಿನ ಅದರ ಸಂಬಂಧವನ್ನೂ ಮೂರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನೇ ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡ ಅನೇಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು

ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಗಳ ಉದಾಹರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಗಳನ್ನೂ ಇಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದೇನೆ. ಕಾರಣ ಕೆಲವು ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಕೇವಲ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿದ್ದು ಜಾಗತಿಕ ಸತ್ಯವನ್ನು ಅವುಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ನಮ್ಮ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ನಮ್ಮದೇ ಪಠ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ತಾಳೆ ಹಾಕುತ್ತಾ ಅವುಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿ ನೋಡಿದ್ದೇನೆ. ಸಾಹಿತ್ಯದಲ್ಲಿ ಬಂದ ಓದುಗನ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನೂ ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಾ ಆ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಆಮೂಲಾಗ್ರ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಯಾವ ರೀತಿ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನೂ ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದೇನೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ಹರಿವು ಪ್ಲೇಟೋನಿಂದ ಹಿಡಿದು ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ್‌ವರೆಗೂ ಸಾಗುತ್ತದೆ.

ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಕುರಿತಾದ ಭಾರತೀಯ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಾ ಜನಪದ, ಅಭಿಜಾತ ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಗ್ರಾಹಕನಾಗುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ನಡೆದ ದಾರಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದೇನೆ.

ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಹಾಗೂ ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ನವ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲ ಸ್ವರೂಪವಾದ ಟಿವಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಲ್ಲಿನ ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ, ವಾಹಿನಿಯ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶ, ಮತ್ತು ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂಬಂಧದ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದೇನೆ. ಈ ಸಂಬಂಧದಲ್ಲಿ ಉಂಟಾದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸಾರಲು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯೊಂದನ್ನು ರಚಿಸಿದ್ದೇನೆ

ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಸ್ವರೂಪ ಸಂಬಂಧಗಳ ಕುರಿತು ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಮಾಡಿರುವ ಪರಿಣಾಮದ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯೊಂದನ್ನೂ ಮುಂದಿಟ್ಟಿದ್ದೇನೆ.

ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಏಳು ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನೂ ಅದರಿಂದ ಅವನ ಅನನ್ಯತೆಯ ಮೇಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನೂ ಗುರುತಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದ್ದೇನೆ.

ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಸಂವಹನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ಪಕ್ಷಿನೋಟ

ಎರಡನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಸಂವಹನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ಪಕ್ಷಿನೋಟ

೨.೧. ಸಂವಹನೆ

ಸಂವಹನ ಅಂದರೆ ಏನು?ಎನ್ನುವ ಪ್ರಶ್ನೆ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಕಾಡಿದ್ದೇ ಮತ್ತು ಅದರ ಅರ್ಥ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದಿದ್ದೇ. ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಬ್ಬರಿಂದ ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪಸರಿಸುವುದೇ ಸಂವಹನ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಎಂದರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದವನಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಅರ್ಥವಾಗಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೂ ಆತ ಒಳಪಡುವಂತಾಗಬೇಕು. ಅಂದರೆ ಅದರ ಪ್ರಭಾವವೂ ಅವನ ಮೇಲಾಗಬೇಕು. ಸಂವಹನವು ವಾಚಿಕವಾಗಿಯೂ, ಪದರಹಿತವೂ, ಸನ್ನೆಗಳ ಮುಖಾಂತರವೂ ಅಥವಾ ಬರವಣಿಗೆಯೂ ಆಗಿರಬಹುದು.

ವ್ಯಕ್ತಿಗತವಾದ ಮತ್ತು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ನಡುವಿನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಸಂವಹನೆಯ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಅರ್ಥವನ್ನು ವಿಸ್ತಾರಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಂವಹನೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗಬೇಕಿದ್ದರೆ ಬೇಕಿರುವ ಏಳು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನಾವಿಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಬಹುದು.

೧. ಮೂಲ

೨. ಸಂದೇಶ

೩. ಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ

೪. ವಾಹಕ

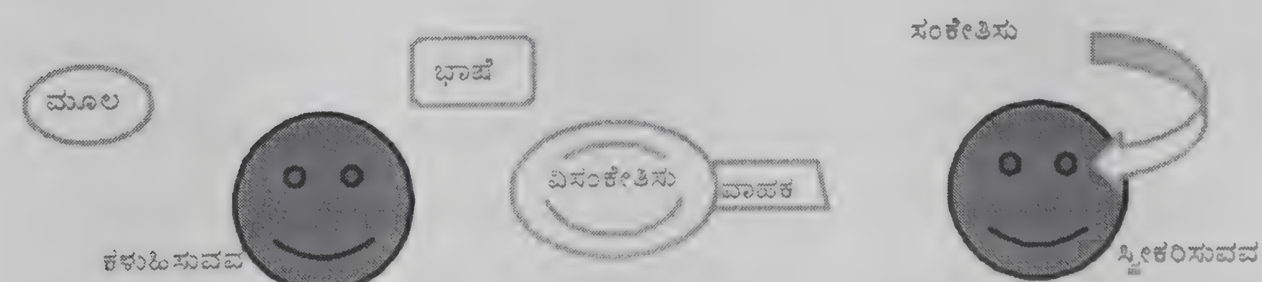
೫. ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ

೬. ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ

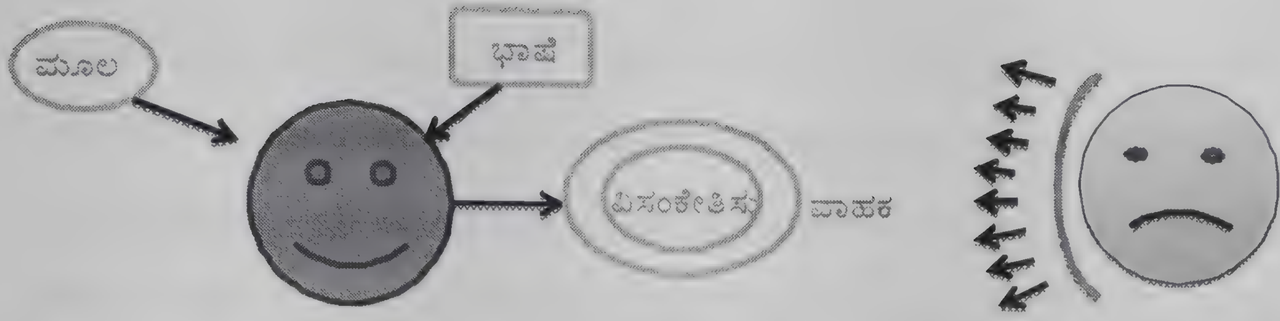
೭. ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ

ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಬೇಕಾಗುವ ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ ಮೂಲ-ಉತ್ಪತ್ತಿ ಸ್ಥಾನ ಅಥವಾ ಆಕರ. ಅಂದರೆ ಸಂವಹನೆಗೆ ಬೇಕಿರುವುದು ಆಕರ. ಅಂದರೆ ಸಂದೇಶ ಹುಟ್ಟುವ ಮೂಲ. ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಅಥವಾ ಆತನ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರ ಮೂಲವಾದರೆ ಅಲ್ಲಿ ಜರಗುವ ಕ್ರಿಯೆ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಬೇಕಿರುವ ಸಂದೇಶವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಅಲ್ಲಾಗುವ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದು. ಈ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಯಾವುದಾದರೂ ಒಂದು ಆಕರದಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದಿಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಮಾತಿನಲ್ಲೋ ಬರಹದಲ್ಲೋ ಅಥವಾ ಸಂಗೀತದಲ್ಲೋ ಹೀಗೆ. ಸಂದೇಶವನ್ನು ಒಂದು ರೂಪದಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದಿಡುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ ಎಂದು ಕರೆಯಬಹುದಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಹೊತ್ತೊಯ್ಯುವುದು ವಾಹಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಭಾಷೆ ಅಥವಾ ಇನ್ನಿತರೆ ಕೌಶಲಗಳು-ಸನ್ನೆ, ಓಲೆ, ಇಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ತರಂಗಾತರ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು. ಅದನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ವಾಹಕದ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರವಾನೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಇರಲೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವಾಹಕದಿಂದ ಬಂದ ಸಂದೇಶವನ್ನು ತನ್ನ ಅರ್ಥ ವ್ಯಾಪ್ತಿಗೆ ಆತ ವಿಸಂಕೇತಿಸುತ್ತಾನೆ. ಕಳುಹಿಸುವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಬಳಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಲು ಇಬ್ಬರಿಗೂ ತಿಳಿಯುವ ಭಾಷೆಯ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಯಾರೊಬ್ಬರಿಗೂ ಮಾಹಿತಿಯ ಭಾಷೆ ತಿಳಿಯದಿದ್ದರೆ ಅಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ತದ ನಂತರ ಬಂದ ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಆತ ತನ್ನ ಅರ್ಥವ್ಯಾಪ್ತಿಯ ಅನುಸಾರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾನೆ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣುವಂತೆ ಸರಿಯಾದ ವಾಹಕದಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವ ಅಂದರೆ ಅರ್ಥವಾಗುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಸಂದೇಶ ಕಳುಹಿಸಿದಾಗಲೇ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಂಡು ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾನೆ.



ಸಂದೇಶವನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವ ವಾಹಕವಾಗಲೀ, ಭಾಷೆಯಾಗಲೀ ಅಸಮರ್ಪಕವಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಒಂದಕ್ಕೊಂದು ತಾಳೆ ಇಲ್ಲದಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣುವಂತೆ ಸಂವಹನವು ಸಾಧ್ಯವಾಗದೇ ಕಳುಹಿಸಿದವನಲ್ಲೇ ಉಳಿದುಬಿಡುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಸಂವಹನೆಯ ಒಡಕು



ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಒಂದೇ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಅಂದರೆ ಅರ್ಥ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಸೇರಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ.

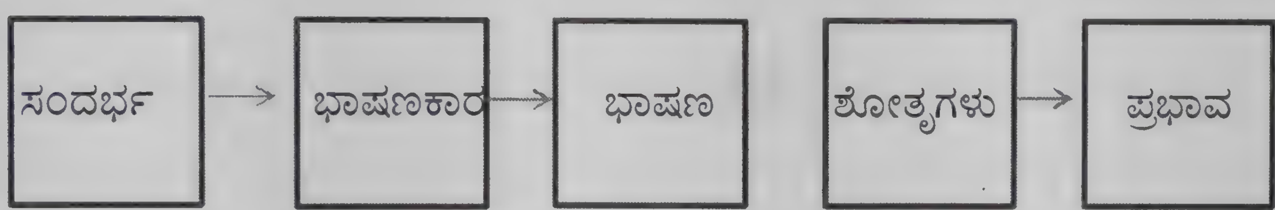
ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಕಳುಹಿಸುವ ಸಂವಹನೆಯ ಮೂಲ ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯವಾಗಿದ್ದು ಆಧ್ಯಾತ್ಮದ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಅದನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಯತ್ನಿಸಿದಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೆ ಅದರಲ್ಲಿನ ಅರ್ಥವು ಗೌಣವಾಗಿ ಸಂವಹನೆಗೆ ವಿಮುಖನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಕಳುಹಿಸುವವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಫಲ್ಯಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಸಂವಹನೆಗೆ ತಕ್ಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಉಂಟಾದಾಗ ಮಾತ್ರ ಸಂವಹನೆಯು ಸಫಲವಾಗುತ್ತದೆ.ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಸುಮ್ಮನಿದ್ದರೂ ಸಂವಹನೆಯು ಸಫಲವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕನಿಷ್ಠ ಪಕ್ಷ ಆಶ್ಚರ್ಯ ಸೂಚಿಸಿದಾಗ ಅಥವಾ ಸಂವಹನೆಯ ಮಾಹಿತಿಯ ಬಗೆಗೆ ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಹವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದಾಗಲೂ ಅಂದರೆ ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಹೊಮ್ಮಿದರೂ ಸಂವಹನೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

೨.೨. ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಮತ್ತು ಪೌರ್ವಾತ್ಯ ಚಿಂತನೆಗಳು: ಚರ್ಚೆ

ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯರಲ್ಲಿ ಮೊಟ್ಟಮೊದಲಿಗೆ ಸಂವಹನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡಿದವನೆಂದರೆ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್.[೧] ಆತ ಹೇಳುವಂತೆ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅವನ ಪ್ರಕಾರ ಭಾಷಣ ಮಾಡುವಾಗ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ ಭಾಷಣಕಾರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನು ಪ್ರಭಾವಿತನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಬಂದ ಮಾಹಿತಿಗೆ ಪ್ರಭಾವಿತನಾಗಿ ಕಾರ್ಯತತ್ಪರನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರು ಮಾಡುವವರು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಶ್ರೋತೃಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಅವರ ಕಾರ್ಯವು ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೊಡುವುದಷ್ಟೇ ಆಗಿರದೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿಯಾಗಿ ಕೊಡುವುದೂ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣುವಂಥ ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಫಲ್ಯತೆ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಕೊನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್‌ನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಪುರಸ್ಕರಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನದ ಈ ಕ್ರಿಯೆಯು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಭಾಷಣದ

ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆಯಷ್ಟೇ. ಇದು ಏಕಮುಖಿ ಸಂವಹನೆಯ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಕಳುಹಿಸುವವನ ಮಾತಿನ ಮೋಡಿಗೆ ಒಳಗಾಗುವುದಷ್ಟೇ ಮತ್ತು ಆತ ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದಷ್ಟೇ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಕರ್ತವ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಳುಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯು ನೇರವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನನ್ನು ಸೇರುತ್ತದೆ. ಆ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಪಲ್ಲಟಗಳನ್ನು ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್‌ನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಪರಿಗಣಿಸುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವವ ಮತ್ತು ಆತ ಕಳುಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕಷ್ಟೇ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆಯನ್ನು ಕೊಡಲಾಗಿದೆ.

ಕ್ರಿಸ್ತ ಪೂರ್ವ ೩೦೦ರ ಮೊದಲೇ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಮುಂದಿಟ್ಟ ಈ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಐದು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಐದು ಅಂಶಗಳು ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಸಂವಹನೆಯು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಹೇಳುತ್ತಾನೆ.



ಇದೊಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಏಕರೂಪದ ಸಂವಹನೆಗೆ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಬಹುದು. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ವಸ್ತು ರೂಪವಾಗಿಯೂ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಯಾಂತ್ರಿಕ ಗುಣವೇ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಎಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ತದನಂತರ ಆಗುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಳುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಲಂಬಾಕಾರವಾಗಿ ಉಳಿದು ಬಿಡುತ್ತದೆ.

ತದನಂತರ ೧೯೪೯ರಲ್ಲಿ ಬಂದ ಶಾನನ್ ಮತ್ತು ವೀವರ್‌ರ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಂವಹನೆಯ ಮತ್ತೊಂದು ಮಗ್ಗುಲನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಇವರ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಕಳುಹಿಸುವವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಬ್ಬರೂ ಸಮವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ತಕ್ಕುದಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಕಳುಹಿಸಿದವನ ಸಂದೇಶವು ಸರಿಯಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿನ ಗೊಂದಲವೂ ಕಳುಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯ್ರ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಬಹುಶಃ ಗೊಂದಲದಿಂದಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯು ಪುನರುಕ್ತಿಯಾದಾಗ ಅರ್ಥವು ಪ್ರಖರವಾಗಿ ಗೋಚರವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಇವರು ಹೇಳಿದ್ದಿರಬಹುದು. ಗೊಂದಲಗಳು ಸೃಷ್ಟಿಯಾದಾಗ ಮಾತ್ರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿರುತ್ತವೆ.

ಪ್ರಶ್ನೆ ಕೇಳಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಉತ್ತರಕ್ಕೆ ಅರ್ಥ ಬಾಹುಳ್ಯದ ಸಾಧ್ಯತೆ ಎದುರಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಮಾತುಕತೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಕಳುಹಿಸುವವನ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ನಡುವೆ ಅಂತರ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಇಬ್ಬರಲ್ಲೂ ಅರ್ಥವನ್ನು ಮೂಡಿಸುವ ಜವಾಬ್ಧಾರಿ ಇರುತ್ತದೆ.

ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವವನಿಗೆ ಮುಟ್ಟಿಸುವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮ. ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರವಾನಿಸುತ್ತೇವೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತೇವೆ. ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆ, ದಿನ ಪತ್ರಿಕೆ, ರೇಡಿಯೋ, ಟೀವಿ, ದೈಹಿಕ ಚಲನವಲನಗಳು–ಹಾವ ಭಾವಗಳು, ಕಣ್ಸನ್ನೆ, ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಸಂವಹನೆಯು ನಮ್ಮ ಸಮೀಪದ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ, ಆಪ್ತ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲೇ ನಡೆದರೂ ಇ–ಮೇಲ್ ಮುಂತಾದ ಅಂತರ್ಜಾಲ ನಿಯಂತ್ರಿತ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ದೀರ್ಘಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ.

ಸಮುದಾಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಸಂವಹನದ ಪಾತ್ರ ಎಷ್ಟೆಂದರೆ ವಿಲಿಯಂ ಮೆಕೌಗೆ ಎಂಬಾತ ತನ್ನ "ಫೈವ್ ಎಪೋಕ್ಸ್ ಆಫ್ ಸಿವಿಲೈಜೇಷನ್"[೨] ಎಂಬ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಮಜಲುಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ವಿಂಗಡಿಸುತ್ತಾನೆ. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಲಿಪಿ ಬರವಣಿಗೆ, ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಮುದ್ರಣ, ಮೂರನೆಯದಾಗಿ ಇಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮ (ಧ್ವನಿ/ದೃಶ್ಯ ಮುದ್ರಣ ಮತ್ತು ಪ್ರಸರಣ), ನಾಲ್ಕನೆಯದಾಗಿ ಗಣಕಯಂತ್ರ ಸಂವಹನ. ಬಹುಶಃ ಸಂವಹನದ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ನೋಡಿದ್ದು ಇದೇ ಮೊದಲಿರಬಹುದು.

ಮಾಹಿತಿ ಯಾವುದೇ ಇದ್ದರೂ ಆದನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಆಯಾ ಮಾಹಿತಿಗೆ ತಕ್ಕನಾದ ಮಾಧ್ಯಮದ/ವಾಹಕದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಮಾನವನ ಮೊದಲ ಸಂವಹನ ಅವನ ಬಳಿಯಲ್ಲಿದ್ದ ತಮಟೆ ಮತ್ತು ಇತರೆ ಸದ್ದು ಮಾಡುವ ಸಾಧನಗಳಿಂದ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡಿತು. ತದನಂತರ ಗುಹೆಯ ಬಾಗಿಲಿನಲ್ಲಿ–ಒಳ ಗೋಡೆಗಳಲ್ಲಿನ ಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನವನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸಿದ. ಆ ನಂತರ.. ಹಾಡು...ನಾಟಕ... ಪತ್ರ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಂದ ಸಾಗಿ ಇದೀಗ ಫೋನ್, ಟೆಲಿವಿಷನ್, ಮೊಬೈಲ್, ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ವರೆಗೂ ಬಂದಿದೆ. ಅಂದರೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂವಹನದ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಪೂರಕವಾದ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ನಾವು ಹುಟ್ಟುಹಾಕುತ್ತಲೇ ಬಂದಿದ್ದೇವೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಸಂವಹನವೆಂದರೆ ಭಾಷೆ ಅಥವಾ ಇನ್ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು, ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು, ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತೊಬ್ಬರೊಂದಿಗೆ ಅಥವಾ ಸಮುದಾಯದ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದೇ ಆಗಿದೆ.

ಸಂವಹನವನ್ನು ಶುರು ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯಷ್ಟೇ ತನ್ನ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಬಲವಾಗಿರಬೇಕಿಲ್ಲ. ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನೂ ಕೂಡ ಅವನಷ್ಟೇ ಸಂವಹನದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂದರ್ಭೋಚಿತವಾಗಿ ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲವೇ ರೂಢಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಶಕ್ತನಾಗಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲವಾದರೆ ಸಂವಹನೆಯು ಕ್ಲಿಷ್ಟವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಕಳುಹಿಸಿದವನ ಧ್ಯೇಯವು ವಿಫಲವಾಗುತ್ತದೆ.

ಅರ್ಥವತ್ತಾದ ಸಂವಹನೆಗೆ ಕೆಲವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾನದಂಡಗಳಿವೆ. ಮಾನದಂಡಗಳಿಲ್ಲದ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಇನ್ನೊಂದು ತುದಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನು ತಟಸ್ಥನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿ ಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅದನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸುತ್ತಾನೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಸಂವಹನವು ಏಕಮುಖಿ ಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಕಳುಹಿಸುವವನ ಅರ್ಥ ಅಲ್ಲಿಗೇ ತುಂಡರಿಸುತ್ತದೆ.ಸಂವಹನದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯು ಅದನ್ನು ನಡೆಸುವವನ ಯೋಗ್ಯತೆ ಅಂದರೆ ಗುಣ ವಿಶೇಷವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ವಾರ್ತಾ ಪತ್ರಿಕೆಯಸಂಪಾದಕ ಹೇಳಿದಾಗಲೇ ವರದಿಗಾರ ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಇಂದಿನ ಶಿಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಪಾಡುಗಳನ್ನು ಒಬ್ಬ ಶ್ರೇಷ್ಠ ಸಾಹಿತಿ ಹೇಳಿದಾಗಲೇ ಸರ್ಕಾರವು ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಸಂವಹನಿಸುವವನ ಗುಣ ಲಕ್ಷಣ. ಮೊದಲನೆಯ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ವಾರ್ತೆಯ ಸಂಪಾದಕತ್ವದ ಹೊಣೆಯಿದೆ ಮತ್ತು ಆ ಹೊಣೆಯನ್ನು ಆತ ತನ್ನ ಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಸಾಧನೆಯಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾನೆ. ಅವನ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ವರದಿಗಾರ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ತನ್ನ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೆಲ್ಲಾ ಒಗ್ಗೂಡಿಸಿ ಕಾರ್ಯಪ್ರವೃತ್ತ ನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಅದೇ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಒಬ್ಬ ಲಾರಿ ಚಾಲಕ ವರದಿಗಾರನಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಿದ್ದರೇ? ಸಂವಹನೆ ತಿರಸ್ಕೃತವಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಎರಡನೇ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಜವಾಬ್ಧಾರಿಯುತ ಮತ್ತು ಆ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ನುರಿತ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಬಂದ ಸಂವಹನದಿಂದಲೇ ಸರ್ಕಾರವು ಕಾರ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಇದರ ಅರ್ಥ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರು ಮಾಡುವವನಿಗೆ ಆಯಾ ಕಾರ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಗುಣ ವಿಶೇಷಗಳು ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಕೆಲವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತಿದ್ದರೆ ದಿನನಿತ್ಯ ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ನಡೆಸುವ ಸಂವಹನೆಗೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಅರ್ಥ ಶಕ್ತಿಗೆ ಒತ್ತು ಕೊಡುತ್ತದಲ್ಲದೇ ತರ್ಕಬದ್ಧತೆಗೂ ಮಾನ್ಯತೆ ಕೊಡುತ್ತದೆ. “ಈ ದಿನ ದೇವಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷ ಪೂಜೆ ಇರುತ್ತದೆ ದಯವಿಟ್ಟು ಬನ್ನಿ” ಎಂಬ ಮಾಹಿತಿಯು ಸಂವಹನಿಸಿದಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ತತ್‌ಕ್ಷಣಕ್ಕೆ ದೇವಸ್ಥಾನಕ್ಕೆ ಹಾಜರಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನವು ಅಪೂರ್ಣವಾಗಿದೆ. “ಈ ದಿನ ಈಶ್ವರ ದೇವಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ವಿಶೇಷ ಪೂಜೆ...”

ಎಂದಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಅಲ್ಲಿಗೆ ಹೋಗಿಯೋ ಇಲ್ಲ ಬರಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಸಬೂಬು ಹೇಳಿಯೋ ಬಂದ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾನೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂವಹನದ ಈ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಪರಿಚಯವೋ, ಇಲ್ಲಾ ತಾರ್ಕಿಕ ವಿಷಯ ಮಂಡನೆಯೋ ಇಲ್ಲ ಸಂದರ್ಭವೋ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇವೆಲ್ಲಾ ಇದ್ದಾಗ್ಯೂ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಂಡವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಬ್ಬರು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಸ್ವಾಸ್ಥ್ಯರಾಗಿರಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವವ ತನ್ನ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಶ್ರಮ ಹೊಂದಿದ್ದು ಆತ ಹೇಳುವ ಮಾತಿಗೆ ಅವನ ಪರಿಶ್ರಮದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಿಂದ ಬಂದ ಅನುಭವವಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ, ಆತ ಏನನ್ನಾದರೂ ಹೇಳುವಾಗ ತಾನು ಸಂಪಾದಿಸಿದ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಅನುಭವಗಳ ಆಧಾರ ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಂಶಗಳೇ ಆತನಿಗೆ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ದಕ್ಕಿಸಿಕೊಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಆ ಕಾರಣವಾಗಿ ಆತ ಹೇಳುವ ಮಾತುಗಳು ತತ್‌ಕ್ಷಣದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ.

ಎರಡನೆಯದಾಗಿ, ಯಾವುದೇ ಸಂವಹನೆಯು ಭಾವ ಪ್ರೇರಿತವಾಗಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಗೆ ಸಂವಹನೆಯ ಅರ್ಥದ ಅಗತ್ಯ ತುರ್ತಾಗಿ ಮತ್ತು ಹೃದ್ಯಂಗಮಯವಾಗಿ ಗೋಚರವಾಗಬೇಕು. ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಯಿಂದಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಮಾತೃ ಭಾಷೆಯ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಅದರ ಉಪಯುಕ್ತತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಾಹಿತಿಯು ಭಾವಪ್ರೇರಿತ ಧ್ವನಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳಿದಾಗಲೇ ಅದು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ತಕ್ಷಣ ಮುಟ್ಟುತ್ತದೆ. ಕಾಲೇಜಿನ ಪ್ರಾಂಶುಪಾಲರು ಶಿಸ್ತು ಮತ್ತು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಪರಿಸರವನ್ನು ಕಾಪಾಡುವಲ್ಲಿನ ಮಾರ್ಪಾಡುಗಳನ್ನು ಭಾವ ಪ್ರೇರಿತರಾಗಿ ಸಂವಹನಿಸಿದಾಗಲೇ ಅದರ ಭಾವ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಂಡು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರನ್ನು ಕಾರ್ಯರೂಪಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ತನ್ನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ಸಾದರಪಡಿಸಬೇಕಿದ್ದಾಗ ಈ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ಭಾಷಣ ಮಾಡುವವ ಭಾವುಕನಾಗಿ ಯುದ್ಧದ ಅಗತ್ಯದ ಬಗೆಗೆ ಹೇಳಿದಾಗಲೇ ಕೇಳುವ ಸೈನ್ಯವು ಯುದ್ಧಕ್ಕೆ ಸಜ್ಜಾಗುತ್ತದೆ. ಶೇಕ್ಸ್‌ಪಿಯರನ ಜೂಲಿಯಸ್ ಸೀಸರ್ ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಸೀಸರನ ಬಗೆಗೆ ಆಂಟೋನಿಯೋ ಎಂಥಾ ಜಾಣ್ಮೆಯಿಂದ ಭಾವಪ್ರೇರಿತನಾಗಿ ಮಾತನ್ನಾಡುತ್ತಾನೆಂದರೆ ಆತನ ಮಾತಿನ ಕೊನೆಗೆ ಇಡೀ ಸಮೂಹ ಬ್ರೂಟಸ್ ಮತ್ತು ಆತನ ಸಂಗಡಿಗರ ವಿರುದ್ಧ ಎದ್ದು ನಿಲ್ಲುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಅನುಭವ ಮತ್ತು ತಿಳುವಳಿಕೆ ಆತನ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಎಷ್ಟೇ ಹೆಚ್ಚಿಸಿದ್ದರೂ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಆತ ಸ್ಪಂದಿಸಿಲ್ಲವಾದರೆ ಆತ ಏನೇ ಹೇಳಿದರೂ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಆಸಕ್ತಿ

ಹೆಚ್ಚಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಸಂವಹನದ ಉದ್ದಿಶ್ಯ ಈಡೇರುವುದಿಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಪಾಂಡಿತ್ಯದಲ್ಲಿ ಹಿಡಿತ ಸಾಧಿಸಿರುವ ಒಬ್ಬ ಶಿಕ್ಷಕ ಪಾಠ ಮಾಡುವಾಗ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳನ್ನು ವಿಶ್ವಾಸಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳದಿದ್ದರೆ ಅವನ ಪಾಠವು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ರುಚಿಸದೇ ಕಾರ್ಯವು ಅಪೂರ್ಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಸೈನ್ಯಾಧಿಕಾರಿಯು ಸೈನಿಕರನ್ನು ವಿಶ್ವಾಸದಲ್ಲಿರಿಸಿಕೊಳ್ಳದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಈಗಿನ ದಿನಮಾನಗಳಲ್ಲಿನ ಕಂಪನಿಯ ಮುಖ್ಯಸ್ಥ ತನ್ನ ಕೆಲಸಗಾರರ ಬಗೆಗೆ ಕಿಂಚಿತ್ ಕಾಳಜಿ ತೋರಿಸದಿದ್ದರೆ ಕೆಲಸಗಾರರಿರಲಿ ಸೈನಿಕರಿರಲಿ ಅವನ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಓಗೊಡದೇ ಆತನ ಅನುಭವ ಮತ್ತು ನಿಪುಣತೆ ಅರ್ಥಹೀನವಾಗುತ್ತವೆ. ಭಾವಪ್ರೇರಿತನಾಗಿ ಗೆಲುವಿನ ಬಗೆಗೆ, ಕಂಪನಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಯಶಸ್ಸಿನ ಬಗೆಗೆ ಕೆಲಸಗಾರರಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ತುಂಬಿ ಕಾರ್ಯಕ್ಕೆ ಅಣಿಗೊಳಿಸಬೇಕಿರುತ್ತದೆ.

ಮೂರನೆಯದ್ದಾಗಿ, ಸಂವಹನೆಯು ಔಚಿತ್ಯಪೂರ್ಣವಾಗಿರಬೇಕು. ಯುಕ್ತವಾದ ಪರಿಜ್ಞಾನ ದಿಂದ ಕೂಡಿದ್ದಾಗಿರಬೇಕು. ತರ್ಕಬದ್ಧವಾಗಿರಬೇಕು. ಯುಕ್ತವಾಗಿರದ ಸಂವಹನೆಯು ಯಾರನ್ನೂ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಕಳುಹಿಸಿದವನ ಮೇಲೆಯೇ ಅನುಮಾನಗಳು ಹುಟ್ಟುತ್ತವೆ. ನಂತರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನೆಯು ಜಡವಾದಷ್ಟೂ ಸಮುದಾಯದ ಮೇಲಾಗಲೀ, ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮೇಲಾಗಲೀ ಯಾವುದೇ ಪರಿಣಾಮವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹೀಗಾದಾಗ ಸಂವಹನೆಯ ಔಚಿತ್ಯ ಮತ್ತು ಅದರ ಅಸ್ತಿತ್ವವೇ ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಹವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನೆಗಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ತರ್ಕವು ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಮತ್ತು ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ಸುಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹೊರಬರುವ ಸಂವಹನೆಯ ಯಶಸ್ಸಿನ ಪರಿಣಾಮವು ತರ್ಕದ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ತೋರುತ್ತದೆ. ಎಂದೋ ನಡೆದ ಘಟನೆಯನ್ನು ಇಂದೇ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳುವಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಗುಣಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಹಾಗಾಗಿ ಸಫಲ ಸಂವಹನೆಗೆ, ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರು ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಅನನ್ಯತೆ, ಭಾವ ಪ್ರೇರಣೆ ಮತ್ತು ಔಚಿತ್ಯ ಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನೇ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಇಥೋಸ್, ಪ್ಯಾಥೋಸ್ ಮತ್ತು ಲೋಗೋಸ್ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ.

ಭಾರತೀಯ ಸಂವಹನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೆಚ್ಚು ಗುಣಾತ್ಮಕವಾದ ಆವರ್ತನ ಮಾದರಿಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವವನಿಂದ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನನ್ನು ಸೇರುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದವನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಂಡು ಮುಂದುವರೆಯುವ ವರೆಗೂ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಭರ್ತೃಹರಿಯ ವಾಕ್‌ಪದೀಯವು ಸಂವಹನವನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಮಜಲಿಗೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯುತ್ತದೆ. ಅವನಿಗೆ ಸಂವಹನವು ಸ್ವಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹರಿಬಿಟ್ಟು ಸತ್ಯವನ್ನು ಮುಟ್ಟುವುದೇ ಆಗಿದೆ. ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಈ ಚಿಂತನೆಯು ಆಧ್ಯಾತ್ಮಿಕವಾಗಿ ಕಂಡರೂ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಅರ್ಥವು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಹೊಳೆದಾಗ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಬ್ರಹ್ಮನಿಗೆ ಸಮೀಪವಾಗುತ್ತಾನೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಬೇಕಿರುವ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ಹೊರಹೊಮ್ಮುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ಬರ್ತೃಹರಿಯು ಬ್ರಹ್ಮನೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸುತ್ತಾನೆ.

ಭರತ ಮುನಿಯು ತನ್ನ ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ "ಸಹೃದಯ" ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಸರಿಯಾದ ಸಂವಹನೆಯು ನಡೆಯಬೇಕಾದರೆ ಅಥವಾ ಸಂವಹನೆಯು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗ ಬೇಕಾದರೆ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಬ್ಬರೂ ಸಹೃದಯರಾಗಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವವ ಅಭಿವ್ಯಂಜನಗಳ ಮುಖೇನ ಕಳುಹಿಸುವ ಭಾವಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತ ವಿಭಾವಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ– ಸಂವಹನೆಯು ಅಕ್ಷರ ರೂಪದಲ್ಲಾಗಿರಬಹುದು ಇಲ್ಲವೇ ಆಂಗಿಕ ಚಲನವಲನಗಳಿಂದಾಗಿರ ಬಹುದು. ಒಟ್ಟಾರೆ ಉತ್ತಮವಾದ ಸಂವಹನೆಯು ಸೂಕ್ತ ಸಂಚಾರಿ ಭಾವಗಳ ಮೂಲಕ ಸ್ಥಾಯೀಭಾವವನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಾಗಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ರಸಾನುಭವ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಅರ್ಥವು ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಮನದಟ್ಟಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಧಾರಣೀಕರಣ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿಯೇ. ಅಂದರೆ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರು ಮಾಡಿದವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಇಬ್ಬರೂ ಸಹೃದಯರಾದಾಗ ಹೊಳೆಯುವ ಅರ್ಥ ಸಾದೃಶ್ಯ ಸಾಧಾರಣೀಕರಣವನ್ನು ಪ್ರಾಪ್ತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಜಾತಿ, ಅಂತಸ್ತು, ಸಮುದಾಯಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದೇ ಸಹೃದಯತೆಯ ಲಕ್ಷಣ. ರಸಸ್ವಾದನೆ ಉಂಟಾದಾಗ ಮಾತ್ರ ಸಂವಹನೆ ಸಾಫಲ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಸಂವಹನೆಯ ಕೇಂದ್ರವು ಕೇವಲ ಏಕಮುಖಿಯಾಗಿದ್ದು ಸಹೃದಯತೆಯ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಅದು ಬೇಡುವುದಿಲ್ಲ. 'ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ' ಎಂಬರ್ಥದಲ್ಲಿ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿನ ನಾಟಕಗಳು ಅಥವಾ ರಂಗಭೂಮಿಯು ಕೇವಲ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಮೊದಲು ಮಾಡಿಕೊಂಡೇ ಹುಟ್ಟಿದ್ದು. ಆದರೆ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ತನ್ಮಯವಾಗುವುದೇ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಅಥವಾ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರುಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಪ್ರಥಮ ಗುಣಲಕ್ಷಣ.ತನ್ಮಯತೆಯಿಂದಾಗಿಯೇ ಅರ್ಥ ಸಾಫಲ್ಯ.

ಹಾಗಾದರೆ ಸಂವಹನೆಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಘಟಕ ಯಾವುದು. ಭರ್ತೃಹರಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಇಡೀ ವಾಕ್ಯವೇ ಸಂವಹನೆಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಒಂದು ಘಟಕವಾಗುತ್ತದೆ.ಆ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಬಂದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ಕೇವಲ ಒಂದು ಪದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಸಂವಹನೆಯ ಘಟಕವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ.ಭರತಮುನಿ ತನ್ನ ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಆಂಗಿಕ ಅಭಿನಯವೂ ಕೂಡ ಸಂವಹನೆಯ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ ಘಟಕ ಎಂದಿದ್ದಾನೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಂದಿಗೆ ಸಹೃದಯತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬೇಕಿದ್ದರೆ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಅಭಿನಯಗಳಿಗೂ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆಯನ್ನು ಕೊಡಮಾಡುತ್ತಾನೆ.

ಸಂವಹನೆಯು ಅರ್ಥಸಾಧ್ಯವಾಗಬೇಕಿದ್ದರೆ ಅದರ ಸಂದರ್ಭವು ಸೂಕ್ತವಾದದ್ದಾಗಿರಬೇಕು. ಇಲ್ಲವಾದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನವು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸೂಕ್ತ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲಾಗದಿದ್ದರೆ ಅನೇಕ ಅಪಾರ್ಥಗಳು ಮತ್ತು ಗೊಂದಲಗಳು ಉಂಟಾಗುತ್ತವೆ. ಕಾರಣ, ಕೆಲವು ಸಂದೇಶಗಳು ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ವಿಭಿನ್ನ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಹೊಳೆಯಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. 'ಸಂದರ್ಭವು ಸಂದೇಶದ ಔಚಿತ್ಯವನ್ನು ಸಾರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಸಂದರ್ಭವೂ ಸೇರಿ ಅರ್ಥ ಒಡಮೂಡುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನೆ ಸಾಧ್ಯವಾದ ಸಂದರ್ಭ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಪ್ರತಿಭೆಯು ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಫಲಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂಕೇತಿಸುವುದು ಅಭಿವ್ಯಂಜನವಾದರೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವುದು ರಸಸ್ವಾದನೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಭರತಮುನಿಯು ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ರಸದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾ ರಸಸ್ವಾದನೆಗೆ ಆಸ್ಪದವಿಲ್ಲ ದಿದ್ದರೆ ಯಾವುದೇ ವಿಷಯವನ್ನು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗಿ ತಲುಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲವೆನ್ನುತ್ತಾನೆ. ನಾಟಕದ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾ ನಾಟಕವು ಜೀವನದ ಅನುಕರಣೆ ಅಂದರೆ ಲೋಕಾನುಕೃತಿ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಈ ಅನುಕರಣೆಯು ನೋಡುವವರನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದರೆ ಅವರಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಭಾವಗಳನ್ನು ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ರಸಸ್ವಾದನೆಯನ್ನು ಮೂಡಿಸಬೇಕು. ಹಾಗಾದಾಗ ಮಾತ್ರವೇ ಸಂವಹನೆಯು ತನ್ನ ಗುರಿಯನ್ನು ಮುಟ್ಟುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನೋಡುಗನಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿರುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಳೆಯಿಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾದಾಗಲೇ ರಸಸ್ವಾದನೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಂವಹನೆಯ ಬಗೆಗಳು ಅನೇಕ. ಮೊದಲನೆಯದ್ದು ವಾಚಿಕ ಮತ್ತು ಪದರಹಿತ ಅಥವಾ ಅವಾಚಿಕ(ಅನ್ನಬಹುದೇನೋ!?). ಎರಡನೆಯದ್ದು ತಾಂತ್ರಿಕ ಮತ್ತು ಅತಾಂತ್ರಿಕ. ಮೂರನೆಯದ್ದು ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷ. ನಾಲ್ಕನೆಯದ್ದು ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಸಹಭಾಗಿತ್ವ

ಇನ್ನು ಈ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಾಗಿಸುವ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಸಾಧನವೇ ವಾಹಕ! ವಾಹಕಗಳು ಅನೇಕವಿರುತ್ತವೆ. ಭಾಷೆ, ಹಾಡು, ಹಾವ-ಭಾವ, ನಾಟಕ, ಸಿನೆಮಾ, ಟೆಲಿವಿಷನ್, ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್, ಸಿಡಿ, ಡಿವಿಡಿ, ಪೆನ್‌ಡ್ರೈವ್... ಹೀಗೆ ಪಟ್ಟಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ.

ಹೀಗಿರುವಲ್ಲಿ, ಒಂದು ಪಠ್ಯ ಅಥವಾ ಪ್ರದರ್ಶನ ಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆ ಜರುಗಿದಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಯಾರು? ಆತನ ಗುಣಾವಗುಣಗಳೇನು? ಆತನಲ್ಲಿ ಯಾವ ರೀತಿಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ? ಸಾಹಿತ್ಯ ಮೀಮಾಂಸೆಯಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ನಾವು ಓದುತ್ತೇವೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಮೊಟ್ಟಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಓದುಗನನ್ನು ಕುರಿತಾದದ್ದು. ಒಂದು ಪಠ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿಯಾದ ಮೇಲೆ ಅದನ್ನು ಓದುಗ ಯಾವ ರೀತಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾನೆ ಎನ್ನುವ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದ ಮುಖೇನ ಪ್ರದರ್ಶನ ಕಲೆಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೂ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಕಾಲಿಟ್ಟವು.

ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥ ಹೊಳೆಯಬೇಕೆಂದರೆ ಅದಕ್ಕೊಬ್ಬ ಓದುಗನಿರಲೇಬೇಕು.ಅಂದರೆ ಒಂದು ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅನೇಕ ಅರ್ಥಗಳಿದ್ದಂತೆ ಅದರ ಅರಿವಿನ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯೂ ಬಹುಳವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಅರ್ಥ ಬಾಹುಳ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಅದರ ವ್ಯಾಪಕತೆ ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಓದುವ ಓದುಗರಿಂದ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಆಂಡ್ರೂ ಹಾರ್ಟ್ ಹೇಳುವಂತೆ 'ಅರ್ಥವು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿರುವುದಿಲ್ಲ... ಓದಿನಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ'. ಓದುಗನಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರವೇ ಪಠ್ಯಕ್ಕೊಂದು ಅರ್ಥ ಒಡಮೂಡುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಓದುಗನಿಗಿರುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಅರ್ಥವು ಸಂವಹನಗೊಳಗಾಗಬೇಕಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯಾದರೆ ಪಠ್ಯವು ವಾಹಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಓದುಗನೇ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಓದುಗನಿಗೆ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥ ಬಗೆಹರಿಯದಿದ್ದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಅಸ್ತಿತ್ವವೇ ಪ್ರಶ್ನಾರ್ಹ ವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಓದುಗನಿಗಾಗಿಯೇ-ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗಾಗಿಯೇ-ಶ್ರೋತೃಗಳಿಗಾಗಿಯೇ ನಾನಾ ಬಗೆಗಳಲ್ಲಿ ರೂಪ ತಳೆದು ಅವನನ್ನು ಮುಟ್ಟುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.

ಸಂವಹನದಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ/ಓದುಗನ ಮೇಲಾಗುವ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಅರಿಯಲೆಂದೇ ಅನೇಕ ಪಂಥಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವು. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಫ್ರಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಪಂಥವು 'ಇಫೆಕ್ಟ್ಸ್ ಮಾದರಿ' ಎಂಬ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಪ್ರಚುರಪಡಿಸಿತು. ವಾಹಕವನ್ನು ಚುಚ್ಚುಮದ್ದು ಕೊಡುವ ಸಿರಿಂಜ್ ಎಂದು ಬಣ್ಣಿಸಿ '...ಯಾವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆ ಅಥವಾ ಅನುಮಾನಗಳಿಗೆ ಎಡೆಯಿಲ್ಲದೆಯೇ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹುರುಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ವಿಚಾರಧಾರೆಯಲ್ಲಿ/ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿಸುವುದು' ಮಾಧ್ಯಮದ ಕಾರ್ಯೋದ್ದೇಶ ಎಂದು ಸಾರಿದರು. ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮವು

ತನ್ನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ವೃಂದದ ಮೇಲೆ ನೇರ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವುದಾದ್ದರಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿರೋಧವಿಲ್ಲದೇ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆಂಬುದು ಈ ಪಂಥದವರ ವಿಚಾರವಾಗಿತ್ತು. ಅದಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಫ್ಯಾಸಿಸ್ಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಅಮೇರಿಕೆಯ ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಟೀವಿ ಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ತಮ್ಮ ವಿಚಾರಧಾರೆಯೇ ಸರಿಯಾದುದ್ದೆಂದು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಿದ್ದವು. ಆದರೆ ಈ ತರ್ಕವು ಹೆಚ್ಚು ದಿನಗಳ ಕಾಲ ನಿಲ್ಲಲಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಮಾನವನ ಮೇಲೆ ಅವನ ಸುತ್ತಲಿನ ವಾತಾವರಣ, ಅವನ ಜೊತೆಗಾರರು, ಅವನು ಬೆಳೆದ ರೀತಿ, ಆಚಾರ–ವಿಚಾರ, ನಂಬಿಕೆಗಳು ಇವೆಲ್ಲವೂ ಸೇರಿ ಅವನ ಒಟ್ಟಾರೆ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಹೊಸದಾಗಿ ಹೇರಲ್ಪಡುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವಿಚಾರಗಳಿಂದ ಅವನ ಯೋಚನೆಗಳು ಮಾರ್ಪಾಡಾಗುವುದಿಲ್ಲವೆಂದು ತಿಳಿದು ಸುಮ್ಮನಾಗಬೇಕಾಯಿತು.

ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಟ್ಟಂಥ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ತನ್ನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಯಾವೊಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೂ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾರ. ಕಾರಣ, ಅವನ ಮೇಲೆ ಈ ಮೊದಲೇ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿರುವ ಆತನ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರ, ವಿದ್ಯಾಭ್ಯಾಸ, ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುವ ಆಚಾರ–ವಿಚಾರಗಳೆಲ್ಲವೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಹೊರಗೆಡಹುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ತರ್ಕಕ್ಕೆ ಎದುರಾಗಿಸುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ನೇರವಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಯಾರೊಬ್ಬನೂ ಒಳಗಾಗಲಾರ. ಅಥವಾ ಒಬ್ಬ ಓದುಗನು/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನು ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಟ್ಟಂಥ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಇಲ್ಲದೇ ವಿನಮ್ರನಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾರ. ಅಧಿಕಾರಶಾಹಿ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಈ ರೀತಿಯ ವಾದ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿ ಅಧಿಕಾರಸ್ಥರು ತಲುಪಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಂಡು ಆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವುದೇ ಉತ್ತಮ ನಡೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅವರು ಪ್ರಚುರಪಡಿಸುವ ಅರ್ಥವೇ ಕಟ್ಟ ಕಡೆಯದ್ದಾಗಿದ್ದು ಅದನ್ನು ಪಾಲಿಸುವುದಷ್ಟೇ ಸಮುದಾಯದ ಇನ್ನಿತರರ ಕಾರ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.ಪಠ್ಯದ ಪ್ರಭುತ್ವವನ್ನು ಸಾರುವ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಆ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಅರ್ಥಪಲ್ಲಟಗಳನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಮತ್ತು ಅದರ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಇನ್ನಿತರೆ ಪ್ರಭಾವಗಳಿಂದ ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ನೋಡಿದಾಗ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥವೇ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದೆಂದೂ ಅದನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಮತ್ತ್ಯಾವುದೂ ಇಲ್ಲವೆಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ ಫ್ರಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಪಂಥದ 'ಇಫೆಕ್ಟ್ಸ್ ಮಾದರಿ'.[೩]

ಈ ವಾದಕ್ಕೆ ಪುಷ್ಟಿ ಕೊಡಲೆಂಬಂತೆ ೧೯ನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ತಿದ್ದಿ ಅನುಕೂಲ ಸಿಂಧು ಅರ್ಥ ಕೊಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಶುರುವಾಯಿತು. ಇಡೀ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ತನ್ನ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿಟ್ಟು

ಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಭುತ್ವ ನಡೆಸಿದ ಈ ಪ್ರಯೋಗ ಧಾರ್ಮಿಕ ಗ್ರಂಥಗಳನ್ನು ಅನುವಾದಿಸುವಾಗಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಈ ಪ್ರಯೋಗವು ಪಠ್ಯದ ಬಹುಅರ್ಥದ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸುತ್ತದೆ. ಪಠ್ಯದ ಅಂಗೀಕೃತ ಪ್ರಮಾಣವು ಹ್ಯಾಗೆ ಪ್ರಭುತ್ವದ ಆಳ್ವಿಕೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡು ಓದುಗರ ಮೇಲೆ ಹಿಡಿತ ಸಾಧಿಸಬಹುದೆಂದು ಬೈಬಲ್‌ನ ಅನುವಾದದಿಂದ ಸಾಧ್ಯಮಾಡಿ ತೋರಿಸಲಾಯಿತು.

ಫ್ರಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಪಂಥದ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಸಂಕುಚಿತವಾಗಿ ನೋಡಿದ್ದರಿಂದ ಆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ನಂತರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಚರ್ಚಿತವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಈ ಪಂಥದ ವಿಚಾರಧಾರೆಯು ಸಂವಹನವನ್ನು ಅಭ್ಯಸಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಥಮ ಪ್ರಯತ್ನವೆಂಬುದನ್ನು ಮಾತ್ರ ಮರೆಯಲಾಗದು. ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಎಂಬಂತೆ ಅಬೆರ್‌ಕ್ರಾಂಬಿಯು '...ಕೊಟ್ಟದ್ದನ್ನು, ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಮರು ಮಾತನಾಡದೇ ಸ್ವೀಕರಿಸಲುಪ್ರೇಕ್ಷಕ/ಓದುಗರು ಖಾಲಿ ಹಾಳೆಗಳಲ್ಲ...' ಉಲ್ಲೇಖ ಎಂದು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದನು.

ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನು ಕೇಂದ್ರವಾಗಿಸಿಕೊಂಡ ಸಂವಹನ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ/ಓದುಗನ ನಡುವಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಹೊಸ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ೧೯೭೪ರಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು.ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ತನ್ನ ಅನಿಸಿಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ತಾನು ಆನಂದಿಸುವ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವಿದೆ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯಕ್ಕೆ ಬರಲಾಯಿತು. ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲಿನ ಪ್ರಭಾವ ಏನು ಎನ್ನುವ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ಬದಲು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ತನ್ನ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ಹ್ಯಾಗೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಎಂದು ಈ ಪಂಥದವರು ವಾದಿಸಿದರು. ಕಿರುತೆರೆಯನ್ನು ನೋಡುವುದರಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ನಾಲ್ಕು ಬಗೆಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿವೆ ಎಂದು ಬ್ಲುಮರ್ ಮತ್ತು ಕಾಟ್ಸ್(೧೯೭೪)[೪] ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮಂಡಿಸಿದರು. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಡೈವರ್ಶನ್. ಅಂದರೆ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಬೇರೆಕಡೆ ಹರಿ ಬಿಡುವುದು. ದಿನನಿತ್ಯದ ಜಂಜಾಟದ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲಾಗದೆ ಪಾರಾಗುವ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವುದು. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಂಬಂಧಗಳು. ಅಂದರೆ ಕಿರುತೆರೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣುವಂಥ ಪಾತ್ರಗಳಲ್ಲಿ–ಅವರಾಡುವ ಮಾತುಗಳಲ್ಲಿ ತಮ್ಮನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ಮೂರನೆಯದು, ಅನನ್ಯತೆ. ತಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಜೀವನವನ್ನು, ಅದರಲ್ಲಿನ ಆಗುಹೋಗುಗಳನ್ನು ಆಯಾ ಪಾತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಕೊಳ್ಳುವುದು. ನಾಲ್ಕನೆಯದಾಗಿ, ನಿಗಾ ವಹಿಸುವುದು. ತಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಆಗುಹೋಗುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕವಾಗಿ ನೋಡಿದ್ದೇ ಮಹತ್ತರವೆನ್ನಬಹುದು. ಕಾರಣ,

ಒಂದು ಪಠ್ಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಎದುರಿಗೆ ಬಂದಾಗ ಅರ್ಥವನ್ನು ಅರುಹಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಹರಿದು ಬರುವ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಏಕರೂಪದಲ್ಲಿ ನೋಡುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಕೇವಲ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಕೇವಲ ಆಶಯಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧನವನ್ನಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ನೋಡಲಾಗಿದೆ.

೧೯೭೦ರಲ್ಲಿ ಸ್ಕ್ರೀನ್ ನಿಯತಕಾಲಿಕವು 'ವಾಹಕದ ಪಠ್ಯವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ' ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿತು. ಸಂಕೇತಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ರಚನಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪಠ್ಯದಿಂದ ಯಾವ ರೀತಿಯ ಅರ್ಥ ಹೊಳೆಯಬಹುದೆಂದೂ, ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಯಾವ ಬಗೆಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಅಡಗಿಸಿರಲು ಸಾಧ್ಯವೆಂದು ತಿಳಿಯಲು ಉತ್ಸುಕರಾದರು. ಪಠ್ಯದ ಮೇಲೇ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಟ್ಟ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಪಠ್ಯವನ್ನಾಗಿ ಚಲನಚಿತ್ರವನ್ನು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಆಯ್ದುಕೊಂಡಿತು. ಚಲನಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಮೆರಾ ಕೋನಗಳ ಮೂಲಕ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಒಡಮೂಡಿಸುವ ತಂತ್ರವನ್ನು ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮನಗಂಡಿತು.

ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊರಗೆಡಹುವ ತನ್ನದೇ ಕ್ರಮವೊಂದಿದೆ. ರಚನೆಕಾರನ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಇದು ನೆಲೆಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಹೇಳುವ ಕ್ರಮವು ಆಯಾ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಂತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕಿರುತೆರೆಯ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳನ್ನು ಮನೆಯಲ್ಲೇ ಕುಳಿತು ನೋಡುವ–ಆಗಾಗ ಗಮನಭಂಗ ಅನುಭವಿಸುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕಥೆಯ ಹಂದರ ಗಟ್ಟಿಯಾಗಿರಬೇಕು. ಭಾವನೆಗಳು ಬಹಳ 'ಸ್ಟ್ರಾಂಗ್' ಇದ್ದು ನೋಡುಗರು ಎದ್ದು ಹೋಗದಂತಿರಬೇಕು. ಯುವಕರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಂತೂ ಅವರ ಗಮನ ಬೇರೆಡೆ ಹೋಗದಂತೆ ಹಿಡಿದಿಡಲು ಸಣ್ಣ ಸಣ್ಣ ಶಾಟ್ಸ್‌ಗಳ ಸರಮಾಲೆಯನ್ನೇ ಪೋಣಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗೆ ವಾಹಕವು ಬದಲಾದಂತೆ ಹೇಳುವ ಕ್ರಮವೂ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಅಭಿರುಚಿಗನುಗುಣವಾಗಿ ಅವರು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ವಾಹಕವು ಹೇಳುವ ಕ್ರಮವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.

ಡೇವಿಡ್ ಮಾರ್ಲೆ ಅವರು ತಮ್ಮ 'ದ ನೇಷನ್‌ವೈಡ್ ಆಡಿಯನ್ಸ್'[೨] ಎಂಬ ಲೇಖನದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದಿಂದ ಅರ್ಥವನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಬರ್ಮಿಂಗ್‌ಹ್ಯಾಂ'ನ ಸಮಕಾಲೀನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಧ್ಯಯನ

ಕೇಂದ್ರದ ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ್, ಮಾರ್ಲೆಯವರ ಈ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಪೂರಕ ರೂಪವನ್ನು ಕೊಡುವ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅರ್ಥವನ್ನು ಆಯಾ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಆಯಾ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಟ್ಟಾಗ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನು/ಓದುಗನು/ಶ್ರೋತೃವು ಆ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಈ ಅರ್ಥ ಕಲ್ಪನೆಯು ಆಯಾ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಅನೇಕ ಬಾಹ್ಯ ಚೌಕಟ್ಟುಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಆತನ ಸಾಮಾಜಿಕ-ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪರಿಸರ, ಅವನ ಅನುಭವ, ಸ್ವೀಕರಿಸಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮದೊಂದಿಗಿನ ಅವನ ಪರಿಚಯ ಇತ್ಯಾದಿ.

ಗ್ರಹಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಿಗತವಾಗಿ ನೋಡಿದ್ದೇ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದ ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆ. ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ತಕ್ಕುದಾದ ಯೋಗ್ಯ ಅರ್ಥವೊಂದಿದೆಯೆಂದು ಹೇಳಿದ್ದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನು ಆ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಬಗೆಗೂ ಒತ್ತು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ್ ಅವರು ಅಬೆರ್‌ಕ್ರಾಂಬಿಯ ಪಠ್ಯ ಪ್ರಧಾನ ಅವಲೋಕನ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪ್ರಧಾನ ಅವಲೋಕನ ಎಂಬ ತತ್ವಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿಯೇ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ನೀಡಿದ್ದಾರೆ. ಪಠ್ಯ ಪ್ರಧಾನ ಅವಲೋಕನದಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯವೇ ಪ್ರಧಾನವಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಒಂದೇ ಒಂದು ಪ್ರಧಾನ ಅರ್ಥವಿದ್ದು ಇತರೆ ಅರ್ಥಗಳಿಗೆ ಆಸ್ಪದವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನು ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅಧೀನನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಆದರೆ ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ್ ಅವರು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪ್ರಧಾನ ಅವಲೋಕನವನ್ನು ಆಧರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಒಂದು ಶಕ್ತಿಯುತವಾದ ಅರ್ಥವಿದ್ದರೂ ಅನೇಕ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಒಮ್ಮೆಲೇ ಹೊಳೆಯಿಸುವಂಥ ಶಕ್ತಿ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಇಷ್ಟೆ ಅಲ್ಲದೇ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ವಿಶ್ಲೇಶಿಸಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ಬಿಟ್ಟದ್ದು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಯಾವ ಸನ್ನಿವೇಶದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾನೋ ಅದೂ ಕೂಡ ಪ್ರಮುಖವೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಯಾವ ಅಡಚಣೆಯಿಲ್ಲದೇ ಕಿರುತೆರೆಯನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸುವಾಗಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹೊಳೆಯುವ ಅರ್ಥಕ್ಕೂ ಅಡಚಣೆಯೊಂದಿಗೆ ನೋಡಿದಾಗ ಅರ್ಥವಾಗುವ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೂ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿರುತ್ತದೆ.

ಹಾನ್ಸ್-ರಾಬರ್ಟ್ ಜಾಸ್‌ರವರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪ್ರಕಾರ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನು ತನ್ನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಜೀವನದ ಅನುಭವದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾನೆ ಎಂದರು. ಅಂದರೆ ಅರ್ಥವು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಗತವಾಗಿರದೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧದಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದೆ. ಇದನ್ನೇ ಮುಂದುವರೆಸಿ ಸಂಕೇತಿಕರಣ ಮತ್ತು ವಿಸಂಕೇತಿಕರಣ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವು.

ಇದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ವಿಸಂಕೇತಿರಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಾಲ್ಕು ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಬರ್ಮಿಂಗ್‌ಹ್ಯಾಂ'ನ ಸಮಕಾಲೀನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಧ್ಯಯನ ಕೇಂದ್ರವು ಹೊರತಂದಿತು. ಪ್ರಭಾವೀ

ಅಧಿಪತ್ಯ ಪ್ರಮೇಯ(Dominant Hegemonic Position)ವು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಒಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿರುವಂಥ ಮೊದಲ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡಾಗ. ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿನ ಅರ್ಥವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಿದರೂ ತನ್ನ ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳದಿದ್ದಾಗ ವೈರುಧ್ಯ ಪ್ರಮೇಯವಾಗುತ್ತದೆ(Oppositional Hegemonic Position). ಸಮಾಲೋಚಿತ ಪ್ರಮೇಯವು(Negotiated Hegemonic Position) ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಒಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಅಥವಾ ವಿರೋಧಿಸಿದಾಗ. ಇನ್ನು, ಪ್ರೇಕ್ಷಕನು ಪಠ್ಯವನ್ನು ನೋಡುವ ಕ್ರಮ ವಿಭಿನ್ನವಾದಾಗ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಂಡಾಗ ಅಸಹಜ ವಿಸಂಕೇತಿಕರಣ(Aberrant Deccoding) ಎನಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಪಠ್ಯದ ಮೊದಲ ಅರ್ಥ ಅಂದರೇನು ಎನ್ನುವುದು ಇನ್ನೂ ಖಾತ್ರಿಯಾದ ವಿಚಾರವಲ್ಲ. ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಬರವಣಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ, ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ, ಸಾಕ್ಷಿಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ, ಸುದ್ದಿ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಮೊದಲ ಅರ್ಥ ಸುಲಭವಾಗಿ ದಕ್ಕುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಕಾದಂಬರಿಗಳಲ್ಲಿ, ಕವನಗಳಲ್ಲಿ, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಅರ್ಥಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಲಭ್ಯವಾಗುವ ಅರ್ಥಗಳು ಎಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಎನ್ನುವ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕಾಡುವುದು ಸಹಜ. ಅವುಗಳನ್ನು ಕಾಣುವುದು ಪಠ್ಯದಲ್ಲೋ ಅಥವಾ ಬೇರೆಲ್ಲೋ. ಹಾಗಿದ್ದಾಗ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸುಲಭದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲ. ಕಾರಣ ನಿರ್ಮಾತೃ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಬೇಕಾದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾನೆ!

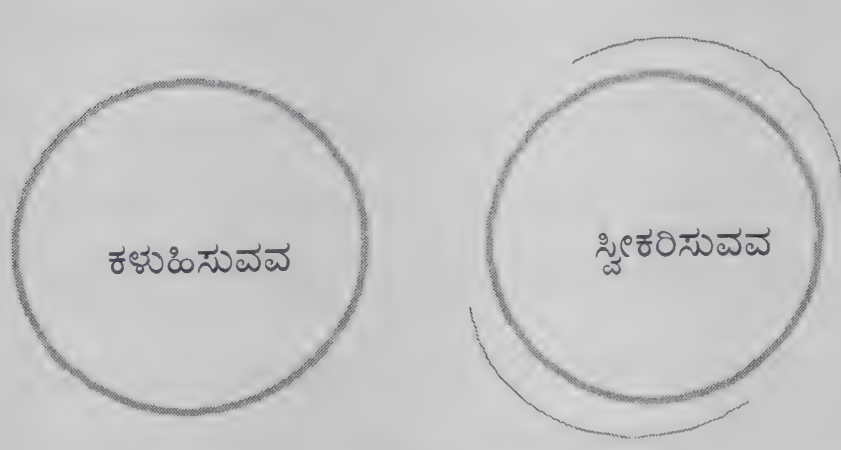
ಅಬೆರ್‌ಕ್ರಾಂಬಿಯು[೬] ನಿರ್ಮಾತೃ–ಪಠ್ಯ–ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಪುನರುಚ್ಚರಿಸುತ್ತಾ ಇವರ ಮೂವರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವೇ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಆಂಡ್ರ್ಯೂ ಹಾರ್ಟ್ ಅವರು ಇನ್ನೂ ಒಂದು ಹೆಜ್ಜೆ ಮುಂದೆ ಹೋಗಿ 'ಅರ್ಥವಿರುವುದು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಲ್ಲ...ಓದಿನಲ್ಲಿ'[೭] ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ನಿರ್ಮಾತೃವಿಗಿಂತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೇ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮುಖ ಎಂಬ ಅಂಶ ಸಾಬೀತಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾವ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೋ ಆ ಮೂಲಕ ಆ ಸಮುದಾಯದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದೆಂದು ಅನೇಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದಿಂದ ಹೊರಡುವ ಅರ್ಥದ ಮೇಲೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮುದಾಯದ ಪ್ರಭಾವವಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಒಟ್ಟರ್ಥದಲ್ಲಿ ಈ ಮಾತನ್ನು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ.ಆದರೆ ಸಮುದಾಯದ ಯಾವೊಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೂ ಕೂಡ ಒಂದೇ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಿರಲಾರ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ,

ದಿನಪತ್ರಿಕೆ ಓದುವವ ಕಿರುತೆರೆಯ ಇನ್ನೊಂದು ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ ಹಾಗೆಯೇ ಬಾನುಲಿಯನ್ನು ಕೇಳುವ ಶ್ರೋತೃವೂ ಆಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಆತ ಒಂದೇ ಸಮುದಾಯದ ಸದಸ್ಯನಿರಬಹುದು ಆದರೆ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಶಕ್ಯತೆಯನ್ನು ಆತ ಬೆಳೆಸಿಕೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ ಈ ಮೂಲಕ ಅರ್ಥೈಸುವ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವು ಸರಿಯಾದುದಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಒಂದೇ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವಾಗಿನ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸಮುದಾಯದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯನ ಅರ್ಥವೂ ಒಂದೇ ಇರಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಹೀಗಿರಲಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಬಂದ ಯಾವೊಂದೂ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವೂ ಪರಿಪೂರ್ಣವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯನ ಗ್ರಹಿಕೆಯೂ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಗ್ರಹಿಕಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೂ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಂಡ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ನಾವಿನ್ನೂ ಕಾಣಬೇಕಿದೆ.

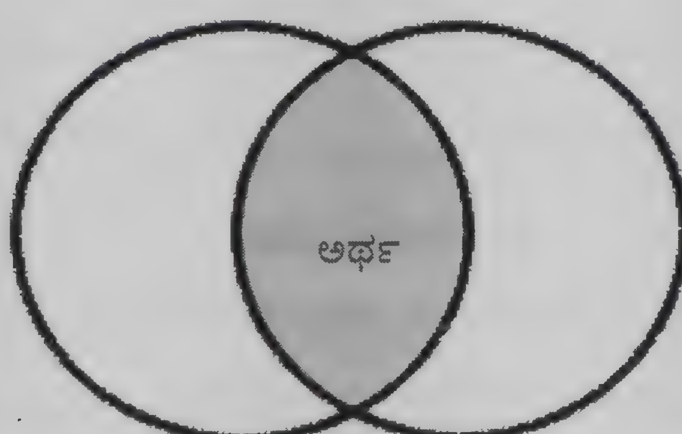
ಈವರೆಗೂ ಬಂದಂಥವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಯಾವೊಂದು ಅಳತೆಗೋಲನ್ನೂ ನೀಡಲಾಗಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪಾತ್ರ ಮಹತ್ತರವಾದದ್ದೆಂದು ಸಾರಿವೆಯಷ್ಟೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಮೂಲದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸಾಧ್ಯಮಾಡಿಕೊಡಬೇಕು. ಸಂವಹನ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಕೇವಲ ಅರ್ಥವನ್ನು ತಿಳಿದು ಸುಮ್ಮನಾಗುವುದರಿಂದಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಆ ಅರ್ಥವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಕೊಟ್ಟಂಥ ಸಂವಹನದ ಅರ್ಥವನ್ನು ತನ್ನ ಸುತ್ತಲಿನ ಪ್ರಭಾವಗಳೊಂದಿಗೆ ಘರ್ಷಣೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ಹೊಮ್ಮುವ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು/ಅರ್ಥವನ್ನು ತನ್ನದಾಗಿಸಿಕೊಂಡಾಗಲೇ ಸಂವಹನದ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಸಾಫಲ್ಯವನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಭಾರತೀಯ ಸಂವಹನಾ ಮಾದರಿಯು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚಲಿತ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು ಅರ್ಥ ಗರ್ಭಿತವಾದದ್ದೆಂದು ಈ ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳಿಂದ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಹೃದಯತೆಯನ್ನು ಸಾಧ್ಯಗೊಳಿಸುವುದರೆಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನ ಕೊಡಲಾಗಿದೆ. ಭಾವ ಮತ್ತು ಅಭಿವ್ಯಂಜನಗಳಿಂದೊಡಗೂಡಿದ ಸಂದೇಶವು ವಾಹಕದ ಮೂಲಕ ಅರ್ಥವಂತಿಕೆಯನ್ನೇ ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸಂದರ್ಭಕ್ಕನುಸಾರವಾಗಿ ತಕ್ಕ ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿಕೊಂಡು ಸಂದೇಶವನ್ನು ಅವಿರ್ಭಾವಿಸಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನನ್ನೂ ಕಳುಹಿಸುವವನನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡು ರಸಸ್ವಾದನೆಯನ್ನು ಸ್ಫುರಿಸುತ್ತದೆ. ಭಾವಗಳನ್ನು ಅಭಿವ್ಯಂಜನಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂಕೇತಿಸಿ ತಲುಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಭಾಷೆಯೂ ಒಂದು ಸಂಕೇತ. ಭಾಷೆಯನ್ನು ಭಾವಗಳಿಂದೊಡಗೂಡಿಸಿ ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಇದನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಅಭಿವ್ಯಂಜನಗಳು ವಾಚ್ಯವಾಗಿರಬಹುದು-ಅವಾಚ್ಯವೂ ಆಗಿರಬಹುದು. ಇಲ್ಲಾ ಇವೆರಡನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿರಬಹುದು.

ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದು ಸಂದೇಶವು ಭಾವದೊಂದಿಗೆ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗೊಂಡು ಜ್ಞಾನೇಂದ್ರಿಯಗಳು ಅನುಭವಿಸುವ ಸಂಕೇತವಾಗುತ್ತದೆ. ವಿಸಂಕೇತಗೊಂಡ ಸಂದೇಶವೇ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದ ಆಂಗಿಕ, ವಾಚಿಕ ಮತ್ತು ಆಹಾರ್ಯದ ಸಂದೇಶವು ಶರೀರದ ಮುಖೇನವೇ ಹಾಯ್ದು ಅರ್ಥ ವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಶರೀರವೂ ಸರಣಿಯೇ ಅಂದರೆ ವಾಹಕವೇ. ಮನಸ್ಸೂ ಕೂಡ ವಾಹಕವೇ. ಇಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಸ್ಫೋಟದ ಮುಖೇನ ಕಳುಹಿಸುವವನೂ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನೂ ಐಕ್ಯವನ್ನು ಸಾಧಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಭರ್ತೃಹರಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಪೂರ್ವಾನುಭವಗಳ (ಪೂರ್ವಸಿದ್ಧಿ ಅನ್ನಲೂಬಹುದು.ಯಾಕೆಂದರೆ ಯಾವುದೇ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಾಗಲೀ ಕಳುಹಿಸಿವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಾಗಲೀ ಪೂರ್ವ ತಯ್ಯಾರಿ ಇರಲೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ) ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಸಂದೇಶವು ಅರ್ಥಕ್ಕೊಳಪಡುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನೇ ಆತ 'ವಾಕ್‌ಸ್ಫೋಟ' ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿ ಭಂಗ ಬರುವುದನ್ನು ಒಪ್ಪುತ್ತಾ ಅದನ್ನು ತಡೆಯಬೇಕಿದ್ದರೆ ಸರಿಯಾದ ಸಂದರ್ಭವು ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸಾಧ್ಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಅಂದರೆ, ಸಂದೇಶವು ಹುಟ್ಟುವ ಮತ್ತು ಅದು ಕಳುಹಿಸಲ್ಪಡುವ ಸನ್ನಿವೇಶವು ಅದರ ಅರ್ಥವನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ಮುಟ್ಟಿಸುತ್ತದೆ. ಕಳುಹಿಸುವವ ಅನಾಮಧೇಯ ನಾಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೆ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು ಆದರೆ ಸಂದೇಶದ ಸಂದರ್ಭವು ಅದರ ಅರ್ಥವನ್ನು ಮುಟ್ಟಿಸುತ್ತದೆ. ಬರ್ತೃಹರಿಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಮೇಲೆ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಸಂದರ್ಭ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಪ್ರತಿಭೆ ಅರ್ಥ ಸಾಮರಸ್ಯವನ್ನು ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಇದೇ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲನಾಗಿ ಬಂದ ಸಂವಹನೆಗೆ ತಕ್ಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾನೆ. ಹೀಗಂದಾಗ ಬರ್ತೃಹರಿಯು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಪ್ರತಿಭೆ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಳೆಯಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹೊಸ ಆಯಾಮವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ತೆರೆದಿಡುತ್ತಾನೆ.



ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಇಬ್ಬರೂ ಸಹೃದಯರೇ. ಸಂವಹನೆಗೆ ಸಂದರ್ಭವೇ ಮುಖ್ಯ ಆಧಾರ. ಕಳುಹಿಸುವವ ನೇಪಥ್ಯದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕನುಸಾರವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಬರುವಂಥ ವಿಷಯವನ್ನು ಅರುಹಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಭಾವ ಮತ್ತು ಅಭಿವ್ಯಂಜನಗಳ ಮೇಳೈಕೆಯಿಂದ ರಸಸ್ವಾದನೆ... ಹೀಗೆ ಭಾರತೀಯ ಸಂವಹನದ ಸಾಧಾರಣೀಕರಣ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ/ ಓದುಗರ ಗುಣಾವಗುಣಗಳತ್ತ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುವ ವಿಸ್ತಾರವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಕಾಣಬಹುದು. ಕಾರಣ ಸಂವಹನದ ಗುರಿ ಒಂದೇ ಆಗಿದೆ. ಇಬ್ಬರೂ ಒಂದೆಡೆ ಸೇರುವುದು ಅಂದರೆ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ಅರ್ಥ ವೇದ್ಯವಾಗುವುದು. ಮತ್ತೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಅರ್ಥ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯೂ ಕಳುಹಿಸುವವನಿಗೂ ದಕ್ಕುವುದು. ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ತಾರದಲ್ಲಿ ಇಬ್ಬರಿಂದಲೂ ಸಾಧ್ಯವಾದ ಸಂವಹನದಿಂದ ಮೂಡುವ ಅರ್ಥ ಮುಕ್ಕೂಟದಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಆ ಮುಕ್ಕೂಟವೇ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ವೇದ್ಯವಾದ ಅರ್ಥ



ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನೆಡೆಗೆ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅದರ ಅರ್ಥವು ಅವನಿಗೆ ವೇದ್ಯವಾಗದಿದ್ದಾಗ ಬಂದ ಸಂವಹನಾ ವಿಷಯವು ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಒಳಪಡದೆ ಅವನ ಸುತ್ತಲೇ ಸುತ್ತುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದವನು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದಾಗ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ವೇದ್ಯವಾಗುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ಮೂಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಸಂವಹನವು ಪರಸ್ಪರರು ಅಥವಾ ಒಂದು ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಮುದಾಯದವರು ಅರ್ಥವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ, ಪೋಷಿಸುವ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿಯೇ ತಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬೆಸೆಯುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಪೋಷಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸಂವಹನದಿಂದ ಸಾಧ್ಯವಾದ ಅರ್ಥವೇ ಅವರನ್ನು ಮತ್ತು ಅವರ ಸಮುದಾಯದ ಜ್ಞಾನಾಂತಿಕ ಒಲವುಗಳನ್ನು ಮುಂದಿನ ತಲೆಮಾರಿಗೆ ಒಯ್ಯುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನೂ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನವು

ಒಂದು ಜಗತ್ತನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವುದಲ್ಲದೇ ಅದನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನೂ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ವ್ಯಯಕ್ತಿಕ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಘನ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಸಮರ್ಥ ಸಂವಹನವು ಸಾಧ್ಯವಾಗಬೇಕಿದ್ದರೆ ಅದು ನಿಖರವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿಯಾಗಿರಬೇಕು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಕೇಂದ್ರ ಕಛೇರಿಯಿಂದ ಪ್ರಾಂತ್ಯದ ಕಛೇರಿಗೆ ಸಭೆಯ ವಿಷಯವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು ಬರುವಂತ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಸಂಗವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳೋಣ. ಸಂವಹನೆಯು ಶುರುವಾಗುವ ಸ್ಥಳ ಸರಿಯಾದದ್ದೇ ಇರಬಹುದು ಆದರೆ ಸಭೆಯ ವಿಷಯವನ್ನು ಅರಹುವುದನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಬೇರೆಯದ್ದನೇ ಮಾತನ್ನಾಡುತ್ತಾ ನಿಂತಾಗ ಸಂವಹನವು ನಿಖರವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟವರು ಅಲ್ಲಿಂದ ಹೋದ ಮೇಲೆ ತಂದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸಿದರೆ ಸಂವಹನವು ಸಾಫಲ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ನಿಖರತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಸಂವಹನವು ಸಾಧಿಸಬೇಕಿದ್ದಲ್ಲಿ ಸಮಯದ ಪಕ್ವತೆಯನ್ನೂ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಕೆಲವೊಂದು ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತನಗಿರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಹೇಳುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಕೋಚಪಟ್ಟುಕೊಂಡಾಗ ಸಂವಹನ ಲೋಪವಾಗಿ ಮತ್ತೊಬ್ಬರು ಆ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಪಡೆದಾಗ ಸಂವಹನದ ನಿಖರತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾವಗಳೆರಡೂ ಅಪಮೌಲ್ಯಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ಕಾಲ ಕಳೆದಂತೆ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಚಾಲನೆಗೆ ಬೇಕಾದ ಅಂಶಗಳ ಪಟ್ಟಿಯೂ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕಾರ್ಯ ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಭದ ತುರ್ತುಗಳಾಗಿ ಮಾರ್ಪಾಟಾಗಿವೆ. ದಿನನಿತ್ಯದ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ ಸಾಮಾನ್ಯಾನುಭವದಿಂದ ಒಡಮೂಡಿದ ಸಂವಹನ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು ವಾಡಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದೊಂದಿಗಿನ ನಮ್ಮ ಸಾಂಗತ್ಯದಿಂದ ಮೂಡಿ ಬಂದುದ್ದಾಗಿವೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಅನೇಕವು ನಮ್ಮ ಹಿರೀಕರಿಂದ ಬಂದ ಬಳುವಳಿಗಳಾಗಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಯಾರಾದರೂ ಮನೆಗೆ ಬಂದಾಗ ಅವರನ್ನು ಬರಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಬಗೆ, ಉಪಚರಿಸುವ ಬಗೆ ಇತ್ಯಾದಿ. ಈ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಸಂಕೀರ್ಣತೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಮತ್ತೊಂದು ಸಂವಹನದ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ನಮ್ಮ ವೃತ್ತಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾನದಂಡಗಳಿಂದ ಒಡಮೂಡಿದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಾಧ್ಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಇವು ತೀರಾ ವೈಯಕ್ತಿಕವಲ್ಲದ ನಮ್ಮ ಕಾರ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದಾಗಿದೆ. ಈ ಬಗೆಯ ಸಂವಹನವು ನಮ್ಮ ವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿನ ಅರ್ಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಸಾಧನ ವಾಗುತ್ತವೆ. ಇವು ತಲೆಮಾರುಗಳಿಂದ ಬಂದಂಥ ಸಂವಹನದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಾಗಿರದೇ ನಮ್ಮ

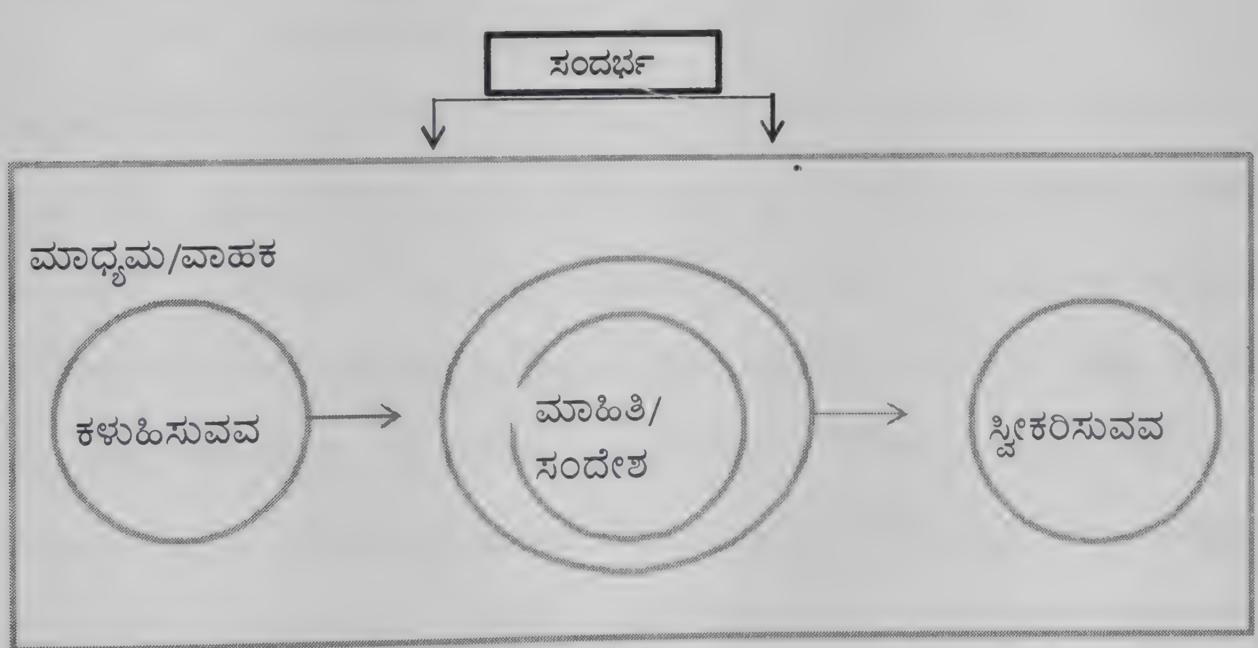
ವೃತ್ತಿಯ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡಲು ನಾವೇ ಕಂಡುಕೊಂಡ ಅಥವಾ ನಾವೇ ಪ್ರಯಾಸಪಟ್ಟುಅಂದರೆ ಶ್ರಮಪಟ್ಟು ಕಲಿತುಕೊಂಡ ಸಂವಹನ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಾಗಿ. ಸಿನೆಮಾದಲ್ಲಿ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡಲು ತಾಂತ್ರಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದಾಗಲೀ, ವಾರ್ತೆಗಳನ್ನು ಹೇಳುವ ಅಥವಾ ಸುದ್ಧಿಗಳನ್ನು ಬರೆಯುವಾಗಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಲೀ, ಕಛೇರಿಯಲ್ಲಿ ಕಡತಗಳನ್ನು ಬರೆಯುವ ಅಥವಾ ಚರ್ಚಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಲೀ...ಹೀಗೆ ಅನೇಕ ವೃತ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ ನಾವೇ ಕಂಡುಕೊಂಡ ಸಂವಹನದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಇವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಇನ್ನೊಂದು ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ತೀರಾ ಕ್ರಮಬದ್ಧ ಸಂವಹನದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಾಗಿದ್ದು ಅವುಗಳನ್ನು ವಿದ್ವತ್‌ಪೂರ್ಣ ಪರಿಸರಗಳಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಎಷ್ಟೇ ಇದ್ದರೂ ಸಶಕ್ತ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಕೆಲವು ಮಾನದಂಡಗಳು ಇರಲೇ ಬೇಕಿರುತ್ತವೆ. ಯಾವುದೇ ಸಂವಹನೆಯು ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನವು ನಿಖರವಾಗಿದ್ದರೆ ಬೇಕಾದವರಿಗೆ ತಲುಪಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸಾಧ್ಯಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನವನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವವನು ಯಾವ ಮಾಹಿತಿ ಯಾರಿಗೆ ಎಂಬ ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲೇ ಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಸಂವಹನ ಪಲ್ಲಟದಿಂದ ಮಾಹಿತಿಯು ಸರಿಯಾಗಿ, ಸರಿಯಾದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಸೇರದೇ ಹೋಗಬಹುದು. ಮೇಲಾಗಿ ಸಂವಹನವು ಕಾರ್ಯೋಪಯೋಗಿಯಾಗಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಕೇವಲ ಉಭಯಕುಶಲೋಪರಿಯಾಗಿಯೇ ಉಳಿದು ಏನನ್ನೂ ಸಾಧಿಸಲಾರದ್ದಾಗಿ ಉಳಿದುಬಿಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳೇ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಾಗಲೇ ಅದರ ದಿಕ್ಕು–ಅಂದರೆ ಯಾರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಬೇಕು, ಅದು ಅವನಿಗೆ ಮಾಡುವ ಪರಿಣಾಮ, ಅದರಿಂದ ಈರ್ವರಿಗೂ ಆಗುವ ಲಾಭ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಗಮನಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಲಾಭ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಲಾಭವೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯ ಬಗೆಗಿನ ಸಂವಹನವು ಆರ್ಥಿಕ ತಜ್ಞನಿಂದ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು ಆರ್ಥಿಕ ಮಂತ್ರಿಯನ್ನು ಸೇರಿದಾಗಲೇ ಅದರ ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಲಾಭವು ಒಡಮೂಡುತ್ತದೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಎರಡುತೆರನಾದ ಪಲ್ಲಟಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವಿಪರೀತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಮ್ಮೆಲೇ ಕೊಡಮಾಡಲು ಹೋಗಿ ಮಾಹಿತಿ ದಟ್ಟಣೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿ ಸಂವಹನವನ್ನು ಅಸಾಧ್ಯಗೊಳಿಸುವುದು ಇಲ್ಲವಾದರೆ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಬೇಡವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ಇವೆರಡರಿಂದಲೂ ಸಂವಹನವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದಾದರೂ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲಾಗದು. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರಯೋಗಿಕವಾಗಿ ಉಪಯೋಗವಲ್ಲದ ಸಂವಹನವು

ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರದೇ ವಿಫಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೇವಲ ಉಭಯಕುಶಲೋಪರಿಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲೇ ನಿಲ್ಲುವುದಾದರೆ ಸರಿ–ಕಾರಣ ಅದಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮುದಾಯ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಹಂಗಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಅದನ್ನು ಮೀರಿ ತಲುಪಬೇಕೆಂದಾಗ–ಅಂದರೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ – ಅದು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕವಾಗಿರಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಸಂವಹನವು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿರಬೇಕಿದ್ದು ಅರ್ಥಬಾಹುಳ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಸಂವಹನ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆಂದಾಗ ಸಂವಹನವು ತೀರಾ ಸರಳವಾಗಿರಬೇಕೆಂದಲ್ಲ ಆದರೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಗಾತ್ರವು ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಇರಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ತೀರಾ ಸರಳೀಕೃತಗೊಳಿಸಿದಾಗ ಮಾಹಿತಿಯು ಜಾಳುಜಾಳಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕೆರಳಿಸದೇ ಇರಬಹುದು. ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಕ್ಲಿಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದರೂ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸಂವಹನವು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿರಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಂದಾಕ್ಷಣ ಇಲ್ಲಿ ತನ್ನಿಂದ ತಾನೇ ಸೇರಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸಂವಹನದ ತೀಕ್ಷ್ಣತೆ. ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾದ ಸಂವಹನವು ಸೂಚ್ಯಾವೃತವಾಗಿದ್ದು ಚುರುಕಾಗಿರಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಂವಹನವು ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿರಬೇಕು. ಮಹುತೇಕ ಯಶಸ್ವೀ ಸಂವಹನಗಳು ತಾರ್ಕಿಕ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲೇ ನಡೆಯುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಾಮಂಜಸ್ಯೆ ಯನ್ನು ಸಂವಹನವು ಸಾಧಿಸಬೇಕು. ಹಾಗದಾಗ ಮಾತ್ರ ಸಂವಹನವು ಯಶಸ್ವಿಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿ ಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರವು ಸಹಕರಿಸುತ್ತದೆ.



ಸಂವಹನವನ್ನು ಶುರು ಮಾಡಬೇಕಿದ್ದರೆ ಸಂದರ್ಭವೊಂದು ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಬೇಕು. ಸೃಷ್ಟಿಯಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವವನು ವಾಹಕವೊಂದನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಅದರಲ್ಲಿ

ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅಡಕಮಾಡಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೆ ರವಾನಿಸುತ್ತಾನೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಜೀವಿಗಳು ಪಾರಸ್ಪರಿಕ ಪ್ರಭಾವಗಳಿಂದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ, ಪೋಷಿಸಿ ಪರಸ್ಪರರ ಮಧ್ಯೆ ಅದನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದೇ ಸಂವಹನವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಸಂವಹನದ ಬಗೆಗೆ ಅನೇಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಬಂದಿವೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಆಯಾ ಕಾಲದ ಅಗತ್ಯದಂತೆ ಕಂಡುಬಂದಿವೆ. ಓಂ ಪ್ರಥಮದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯು ಒಬ್ಬ ಮನುಷ್ಯನಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬನಿಗೆ ಎಂದು ಮೂಡಿಬಂದರೂ ಹತ್ತೊಂಭತ್ತನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರದ ಜೊತೆಗೆ ಆಂತರಿಕ ಸಂವಹನೆಯೂ ಮೂಡಿತು. ವಾಚಿಕದ ಜೊತೆಗೆ ಅಷ್ಟೇ ಜೋರಿನಿಂದ ಅವಾಚಿಕ ಸಂವಹನೆಯೂ ಬೆಳೆಯಿತು. ಏಕಮುಖಿಯಾಗಿದ್ದ ಸಮುದಾಯಿಕ ಸಂವಹನೆಯ ರಚನೆಯು ಪರಸ್ಪರ ಸಾಮುದಾಯಿಕ ಸಂವಹನೆಯೂ ಸೇರಿಕೊಂಡಿತು. ಈಗ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೂ ಸಫಲ ಸಂವಹನದ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಪಾಲು ಸಾಧಿಸಿತು. ಸಂದರ್ಭವಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಪರಸ್ಪರರು ಅರ್ಥವೇದ್ಯ ಸಾಧಿಸಲು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ತಿಳುವಳಿಕೆಯ ಅಗತ್ಯವೂ ಹೆಚ್ಚಾಯಿತು. ಹಾಗಾಗಿ ಭಾಷೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಭವು ಸಫಲ ಸಂವಹನೆಯ ಅಂಶಗಳಾದವು. ಇಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ಕೇವಲ ಮಾತನ್ನಾಡುವ ಭಾಷೆಯಾಗಲಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಪರಿಭಾಷೆಯಾಗಿ ಅದನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತು. ಕನಸು ಕಾಣುವುದು, ಯೋಚಿಸುವುದು, ಧ್ಯಾನಸ್ಥ ಸ್ಥಿತಿ ಆಂತರಿಕ ಸಂವಹನದ ಸಾಧನಗಳಾದವು. ನಮ್ಮ ಇಂದ್ರಿಯಗಳು ಅಥವಾ ಯೋಚನಾ ಕ್ರಿಯೆಯು ಸಂವಹನವನ್ನು ಮುಟ್ಟಿಸುವ ಉದ್ದೀಪಕಗಳಾದವು.

ಸಂವಹನ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಥಮ ಪಾದದಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವಿನ ಸಂವಹನ ಆತ್ಮೀಯವಾಗಿಯೂ, ಸ್ನೇಹಪೂರಕವಾಗಿಯೂ ಮತ್ತು ವ್ಯಕ್ತಿಗತವಾಗಿಯೂ ಇರಬೇಕೆಂದಿತ್ತು. ಆದರೆ ಕಾಲ ಕ್ರಮೇಣ ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿ ರವಾನೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಗಾಗಿ ಸಂವಹನದ ಕ್ರಿಯೆ ಎಂದು ಮನದಟ್ಟಾದಾಗ ಆತ್ಮೀಯತೆ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಪೂರಕ ಅಂಶಗಳು ಹಿಂದಕ್ಕೆ ಸರಿದು ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯಾವಹಾರಿಕವಾದ ಪರಸ್ಪರರ ತಿಳುವಳಿಕೆ, ಸಂದರ್ಭ, ಭಾಷೆ ಅಥವಾ ಸ್ತುತ್ಯವಾದ ವಾಹಕವೇ ಸಂವಹನದ ಅಂಶಗಳಾದವು. ಮತ್ತೂ ಅನೇಕ ಅಂಶಗಳು ಸೇರ್ಪಡೆಯಾದವು. ಪರಾನುಭೂತಿ–ಅಂದರೆ ಪರಸ್ಪರರ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ, ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅನಿಸಿಕೆಗಳ ಕೊಡು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ, ಸಮಾನವಾಗಿ, ನಿರಪೇಕ್ಷವಾಗಿ ಪರಸ್ಪರರನ್ನು ಕಾಣುತ್ತಾ ಮೂಡಿಬಂದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ವಿಫುಲವಾಗಿ ಮಾಹಿತಿಯ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಸಂವಹನದ ಅಂಶಗಳಾದವು. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಪರಸ್ಪರರ

ಅನೇಕ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮ್ಯತೆಯಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ. ಒಂದು ಗುಂಪಿನೊಂದಿಗಿನ ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯೂ ಕೂಡ ಆಯಾ ಗುಂಪಿನ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವೆ ಅಂದರೆ ಗುಂಪಿನೊಳಗೆ ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವೆ ಭಾವ ಸಾಮ್ಯತೆಯಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾತು ಒಂದು ಕಂಪನಿಯ ನೌಕರರ ನಡುವಿನ ಸಂವಹನೆಗೆ ಅಥವಾ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಆಸಕ್ತಿ ಕೇಂದ್ರಿತ ಗುಂಪಿನವರ ಮಧ್ಯೆ ಸರಿಯಾದುದ್ದಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಭಜನಾ ಮಂಡಳಿಗಳ ನಡುವೆ (ಆಯಾ ದೇವರುಗಳ ಭಕ್ತರ ಗುಂಪುಗಳೂ ಇವೆ), ಸ್ತ್ರೀ ಶಕ್ತಿ ಗುಂಪುಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆ ನಡೆಯುವುದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಆಸಕ್ತಿಯಿಂದ ಒಂದುಗೂಡಿರುವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಮಾತ್ರ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಅನೇಕವಿರುತ್ತವೆ. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಾರುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಯಾವುದೇ ವಿಷಯದ ಬಗೆಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ನೀಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಮನವೊಲಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವಿನಿಮಯಕ್ಕಾಗಿ, ಮನರಂಜನೆಗಾಗಿ, ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಮಾತುಕತೆಗಾಗಿ, ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವೆ ಉತ್ತಮ ಬಾಂಧವ್ಯಕ್ಕಾಗಿ... ಹೀಗೆ ಸಂವಹನೆಯ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಬೆಳೆಯುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತವೆ. ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಬಯಸದೇ ನಡೆಸುವದೇ ಸಂವಹನೆಯ ಗುಣ ಎಂದು ಸಾರಿದ್ದ ಪ್ರಾಸಸ್ ಗುಂಪಿನವರ ವಾದ(ಎರಡನೇ ಮಹಾಯುದ್ಧದ ನಂತರ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಪಂಥ) ಹುರುಳಿಲ್ಲದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಬಯಸದೆ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾನೆ. ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನು ಅದರಲ್ಲಿನ ಸಂಜ್ಞೆ, ಸಂಕೇತಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ತನಗೆ ಬೇಕಿರುವ ಅರ್ಥವನ್ನು ವೇದ್ಯಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ.

ಇದಕ್ಕೆ ಅಪವಾದವೆಂಬಂತೆ ಭಾಷಾಶಾಸ್ತ್ರವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿದ ಮಾರಿಸ್ ಎಂಬಾತನು ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿನ ಸನ್ನೆಗಳನ್ನು, ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಂದೇಶವನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡಿಸಿ ನೋಡಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಇಷ್ಟೆಲ್ಲವನ್ನೂ ತುಂಬಿ ಕಳುಹಿಸಿಕೊಟ್ಟಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಬಂದ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾನೆ.ಸಂವಹನೆಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡಲು ಉದ್ಭವವಾಗಿರುವ, ಸಮಾಜದ ಒಟ್ಟಾರೆ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಬೇಕಿರುವ ಅಥವಾ ಸಂವಹನೆಯ ಬಳಕೆಗಾಗಿಯೇ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುವ ಅನೇಕ ಸಂಕೇತಗಳ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾನೆ. ಈ ಪಂಥದವರ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದ ಗುರಿ ಪಠ್ಯದ ಮೇಲೆಯೇ ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮೊಟ್ಟ ಮೊದಲಬಾರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಿದ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಪಾತ್ರವೂ ಕಳುಹಿಸುವವನಷ್ಟೇ ಪ್ರಮುಖವಾದದ್ದೆಂದು ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಸಾರುತ್ತದೆ. ಈ ತಳಹದಿಯ

ಮೇಲೆಯೇ ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ನಾವು ನೋಡಬಹುದು. ಅಂದರೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವವನ ಪಾತ್ರ, ಓದುವ ಪಠ್ಯವಾದರೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವವನನ್ನು ಓದುಗ ಎನ್ನಬಹುದು. ಕಣ್ಣು ಮತ್ತು ಕಿವಿಗಳ ಮುಖೇನ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವವನಾದರೆ ಆತನನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಎನ್ನಬಹುದು.

೧೯೪೮ರಲ್ಲಿ ಲಾಜೆಸ್ಫೆಲ್ಡ್ ಎಂಬಾತನು ಸಂವಹನದ ಪ್ರತಿ ಹಂತವೂ ಪ್ರಮುಖವಾದದ್ದೆಂದು ಸಾರಿದನು. ಯಾವುದೇ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ ಅಥವಾ ಏರುಪೇರಾದರೂ ಪರಿಣಾಮವು ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದನು. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಹಂತಗಳೂ ಪ್ರಮುಖವೇ. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವವನ ಅನನ್ಯತೆ, ಆತ ಯಾವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂವಹನಿಸುತ್ತಾನೆ, ಯಾವ ವಾಹಕವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾನೆ, ಯಾರಿಗಾಗಿ ಈ ಸಂವಹನವನ್ನು ಗುರಿ ಮಾಡಿದ್ದಾನೆ—ಇವೇ ಆತ ಹೇಳುವ ಪ್ರಮುಖ ಹಂತಗಳು. ಸಂವಹನವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಮೇಲೆ ಆಗುವ ಪರಿಣಾಮವೆಂದರೆ–ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅವನಲ್ಲಾಗುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳು. ಸಂವಹನದ ಹಂತದಲ್ಲೇನಾದರೂ ವ್ಯತ್ಯಯವಾದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮವೂ ವ್ಯತ್ಯಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದನು. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯ ಪಠ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಅದರ ಹಂತಗಳ ಮೇಲೆಯೇ ಹೆಚ್ಚು ಒಲವನ್ನು ತೋರಿಸಿದ್ದು ಕಂಡುಬರುತ್ತದೆ. ಆದರೂ ೧೯೬೦ರ ವರೆಗೂ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವೇ ಬಲವಾಗಿ ಪಾರುಪತ್ಯ ನೆಡೆಸಿತು.

೧೯೪೯ರ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗಣಿತಜ್ಞರಾದ ಶಾನನ್[೮] ಎಂಬುವವರು ಸದರಿ ಉಪಯೋಗದಲ್ಲಿರುವ ವಾಹಕದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ತುಂಬುವುದು ಎಂಬ ತರ್ಕವನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟರು ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ಅದೇ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಎಲ್ಲಾ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳಿಗೆ ದಾರಿ ದೀಪವಾಯಿತು. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ನೋಡುವ ಮೊದಲು ಶಾನನ್ ಅವರು ಎಂಜಿನಿಯರ್ ಆಗಿದ್ದರು ಮತ್ತು ಆಗಿನ ತಮ್ಮ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಸಮಾಧಾನವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿದರು ಎಂದು ಮನಗಾಣಬೇಕಿದೆ. ಕಾರಣ ಮುಂದೆ ಬರುವ ಎಲ್ಲ ಸಮಾಜಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಶಾನನ್ ಅವರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನೇ ತಳಹದಿಯನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡವು. ಮಾಧ್ಯಮದ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಂತೂ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವೂ ಇಂದಿಗೂ ಪ್ರಸ್ತುತವಾಗಿದೆ. ಎರಡನೇ ಮಹಾಯುದ್ಧದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಶಾನನ್ ಮತ್ತು ವೀವರ್ ಅವರುಗಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಮತ್ತು ವಿಫುಲವಾಗಿ ರವಾನೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಯ ಹೊರಟವರು. ಇವರ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲ,

ಮಾಹಿತಿ, ಸಂವಾಹಕ, ಸಂಕೇತ, ಮಾಧ್ಯಮ, ಗದ್ದಲ(ಶಬ್ಧ/ಗೊಂದಲ ಎನ್ನಬಹುದೇನೋ!?), ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ, ಮಾಹಿತಿಯ ಉದ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳ, ಸಂಕೇತಿಸುವಿಕೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವಿಕೆ ಮೊದಲಾದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಮೊಟ್ಟಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ಸಂವಹನದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗದ್ದಲ/ಗೊಂದಲ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುವ ವಿಷಯವನ್ನು ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಿತು.

ಸುಲಭದಲ್ಲಿ ಹೇಳಬೇಕೆಂದರೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲ ಕಳುಹಿಸುವವನು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಿ ಸಂವಾಹಕದಲ್ಲಿ ದ್ವಿಸಂಕೇತ ಪದ್ಧತಿಯಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ಸಂಕೇತಿಸುತ್ತಾನೆ. ಈ ಮಾಹಿತಿಯು ಇಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ತರಂಗಾಂತರದಲ್ಲಿ ಕಳುಹಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಸೂಕ್ತವಾಹಕದ ಮೂಲಕ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳಕ್ಕೆ/ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅದನ್ನು ಕಳುಹಿಸುತ್ತಾನೆ. ಇತ್ತ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನು, ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಬಂದ ಸಂವಹನವನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುತ್ತಾನೆ. ಮಾರ್ಗ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಏನಾದರೂ ಗೊಂದಲ ಏರ್ಪಟ್ಟರೆ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಯು ಅಪೂರ್ಣವಾಗುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಸಂವಹನವು ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ತರಂಗಾಂತರದಲ್ಲಿ ಏನಾದರೂ ತೊಡಕಾದರೆ ಉಂಟಾಗುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ದೂರಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡುವಾಗ ತರಂಗಾತರದಲ್ಲಿ ಏನಾದರೂ ಬಾಹ್ಯ ಶಭವು ಸೇರ್ಪಡೆಯಾದರೆ ಇಲ್ಲವೇ ತರಂಗಾಂತರವು ನಿಃಶಕ್ತವಾದರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಕೇವಲ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬನಿಗೆ ನಡೆಯುವ ಸಂವಹನದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅನೇಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಅಥವಾ ಸಮುದಾಯಗಳೊಂದಿಗೆ ನಡೆಯುವ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಫಲಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಸಂವಹನದ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ "ನಾಯ್ಸ್" –ಶಬ್ಧ/ಗದ್ದಲ, ಗೊಂದಲದ ವಿಷಯವನ್ನು ಮೊಟ್ಟಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ತಿಳಿಸಿ ಹೇಳಿದ ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆ ಇದಕ್ಕಿದೆ. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಸಮಾಜಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ನೆಲೆಗಳಿಂದ ಸಂವಹನದ ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ ಏರ್ಪಡುವ ಶಬ್ಧ/ಗದ್ದಲಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆದು ಸಂವಹನೆಯ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವು ಅನೇಕ ರೀತಿಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದ ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಎಂದು ವಿಷದಪಡಿಸಲಾಯಿತು.

ಮೊದಲಿಗೆ ಶಾರೀರಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಯಿಂದುಂಟಾಗುವ ಗದ್ದಲ. ಸಂವಹನವು ಏರ್ಪಟ್ಟಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ದೈಹಿಕ ಸ್ಥಿತಿ ಸರಿಯಿಲ್ಲವಾದಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ಆತನಿಗೆ ಜ್ವರ ಇತ್ಯಾದಿ ಇದ್ದಾಗ, ಹಸಿವೆಯಾಗಿದ್ದಾಗ ಬಂದ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗದೇ ಸಂವಹನ

ಪಲ್ಲಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಅನಾರೋಗ್ಯವು ನಮ್ಮ ಯೋಚನಾಕ್ರಮದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಮಾನಸಿಕ ಸಮಸ್ಯೆ. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸಿದವನ ಬಗೆಗೆ ಅಥವಾ ಮಾಹಿತಿಯ ಬಗೆಗೆ ಪೂರ್ವಗ್ರಹ ಪೀಡಿತರಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಅನ್ಯ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡಾಗ ಅಥವಾ ಅನ್ಯಮನಸ್ಕರಾದಾಗ ಬಂದ ಸಂವಹನವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಕಷ್ಟಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮನಸ್ಸಿನ ಸ್ವಾಸ್ಥ್ಯ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಮೂರನೆಯದಾಗಿ ಬಾಹ್ಯ ಸಪ್ಪಳ. ಮಾಹಿತಿಯು ಬಂದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಶಬ್ಧಗಳು, ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವಿಪರೀತ ಜನಸಂದಣಿ, ಸಂವಹನದ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವಿಕೆಗೆ ಬೇಕಿರುವ ಪರಿಸರ ಇಲ್ಲದಿರುವಿಕೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಯಾವುದಾದರೂ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕರೆ ಬಂದಾಗ ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನಲ್ಲಿ ಯಾರದರೂ ಜಾಸ್ತಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ ಇಲ್ಲವೇ ವಾಹನಗಳ ಸದ್ದು ಇದ್ದರೆ ಇನ್ನೊಂದು ಬದಿಯಲ್ಲಿನ ಮಾತುಗಳು ಸರಿಯಾಗಿ ಕೇಳದೇ ಸಂವಹನ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ನಾಲ್ಕನೆಯದಾಗಿ ಮಾಹಿತಿಯಲ್ಲಿನ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆ.

ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯಲ್ಲಿನ ಪಠ್ಯವು ಅರ್ಥವಾಗದಿದ್ದರೆ ಅಂದರೆ ಆಯಾ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾದ ನುಡಿಗಟ್ಟುಗಳು ಮತ್ತು ಶಬ್ಧಗಳು ಅಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲವಾದರೆ, ಅಥವಾ ಕ್ಲಿಷ್ಟ ಪದಗಳು, ತಕ್ಕದಲ್ಲದ ಪದರಚನೆ, ವಾಕ್ಯರಚನೆ ಅಲ್ಲಿದ್ದವೆಂದರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಸಂವಹನೆಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಮತ್ತು ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಶಾನನ್ ಮತ್ತು ವೀವರ್ ಇವರಿಬ್ಬರೂ ಇಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ತರಂಗಾಂತರಂಗದ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿ ಕಳುಹಿಸುವುದರ ಬಗೆಗೆ ಯೋಚಿಸುತ್ತಿದ್ದರಾದ್ದರಿಂದ ತರಂಗಾಂತರಗಳಲ್ಲಿ ಏನಾದರೂ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಏರ್ಪಟ್ಟಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಅಂತರ್‌ಸಂಸ್ಕೃತೀಯ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ ಭಾಷೀಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಾಮಾನ್ಯ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಅಂದರೆ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ವೇದ್ಯವಾಗುವ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಬೇಕೆಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ಎಚ್ಚರಿಕೆ ಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಕಾರಣ ಆಯಾ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಭಾಷೆಗೆ ಅಂಟಿಕೊಂಡು ಮಾತಾಡಿದ್ದಲ್ಲಿ ಭಾಷೆ ಅರ್ಥವಾಗದೇ ಅನೇಕ ವ್ಯಂಜನಾರ್ಥಗಳಿಗೆ ಆಸ್ಪದ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟು ಸಂವಹನದ ಹಾದಿ ತಪ್ಪಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಇದೂ ಕೂಡ ಭಾಷೆಗೆ, ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಯೇ. ಹಾಗಾಗಿ ಬಹುಭಾಷಿತ್ವದ ನಡುವಿನ ಸಂವಹನದ ಕ್ಲಿಷ್ಟತೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ಆಗಲೇ

ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯ ಮೂಲಕ ಗುರುತಿಸಿದ್ದರು. ಪಠ್ಯ ಶಾಬ್ದಿಕವಾಗಿರಬಹುದು ಇಲ್ಲವೇ ಮಾಧ್ಯಮದ ಇನ್ನಿತರ ಯಾವುದೇ ಭಾಷ್ಯವಾಗಿರಬಹುದು. ಅಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆ ಉಂಟಾದಲ್ಲಿ ಬಂದ ಮಾಹಿತಿ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗದೆ ಸಂವಹನೆಯು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಶಾನನ್ ಮತ್ತು ವೀವರ್ ಅವರ ನಂತರ ಬಂದ ಅನೇಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ಸಂವಹನದ ಈ ನಾಲ್ಕು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಅನಂತರ ಬಂದಂತಹ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭರಾಟೆಯಲ್ಲಿ ಈ ನಾಲ್ಕು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಬಹಳ ಗೌಣವಾಗುತ್ತವೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೇ ತನ್ನದೇ ಆದಂತಹ ಹೊಸ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಗೆ ದಕ್ಕುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನೂ ಕೂಡ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಹೊಸ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡು ಮುಂದು ವರಿಯುತ್ತಾನೆ.

ಉತ್ತಮವಾದ ಸಂವಹನೆ ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಗಾಢವಾಗಿ ಬೆಸೆಯುತ್ತದೆ ಎಂದು ಚಾರ್ಲ್ಸ್ ಹಾರ್ಸ್ ಹುಡ್ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡ ಪರಸ್ಪರರೂ ಕೂಡ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಸಂಕೇತಿಸುವ ಮತ್ತು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಕೊಂಡು ಇಬ್ಬರೂ ಸೇರಿ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಬಹುಶಃ ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಇದು ಬಹಳ ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರವಾಗಿ ಕಂಡರೂ ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವಿನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಆತನೇ ಹೇಳುವಂತೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ಈ ಸಂವಹನೆ ಬೆಸೆಯುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವಲ್ಲಿ ಎರಡು ಮಾತಿಲ್ಲ. ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಸರಿಸುಮಾರು ೧೯೫೩ರಲ್ಲಿ ಬಂದಂತಹ ಯೂಕಾಮ್‌ನ ಸಂವಹನೆ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸುತ್ತದೆ. ಆತ ಎರಡು ಸಂಬಂಧಗಳ ನಡುವಿನ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯ ಪಾತ್ರ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಅದನ್ನೇ ಹಾಸ್‌ಹುಡ್ ಮುಂದುವರಿಸಿಕೊಂಡು ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧಕ್ಕೆ ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥ ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯೇ ಸಾಧನ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಅನೇಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ನಾನಾ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಾರೆ. ಕೆಲವರು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನೇ ಬೇರೆ ರೀತಿಯಾಗಿ ಬಹಳ ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರವಾದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕೊಟ್ಟರೆ ಇನ್ನು ಅನೇಕರು ಈಗಾಗಲೇ ಬಂದಂತಹ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನೇ ಪುನರುಚ್ಚರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಬಹುಶಃ ನನಗನ್ನಿಸಿದ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಡೇವಿಡ್ ಬೆರ್ಲೋ'ನ್ ಮಾದರಿ ಅಂದರೆ ೧೯೬೦ರಲ್ಲಿ ಬಂದಂತಹ ಮಾದರಿ ಬಹುಶಃ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಂವಹನದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ಬಹಳ

ಸಂಗ್ರಾಹ್ಯವಾಗಿ ಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಈ ಮಾದರಿ ಈಗಲೂ ಕೂಡ ಪ್ರಸ್ತುತ.ಕಾರಣ ಆತ ಸಂವಹನೆಗೆ ಬೇಕಾಗುವಂತಹ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡುವಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಸಫಲನಾಗಿದ್ದಾನೆ.

ಆತ ಹೇಳುವ ಪ್ರಕಾರ ಮೂಲದಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ಸಂವಹನಕಾರನಿಗೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮವಾದ ಸಂವಹನೆಯ ಕೌಶಲಗಳಿರಬೇಕು. ಮೇಲಾಗಿ ಉತ್ತಮ ಜ್ಞಾನವಿರಬೇಕು. ಅದರೊಟ್ಟಿಗೆ ಸುಸಂಸ್ಕೃತ ನಾಗಿರಬೇಕು ಒಳ್ಳೆಯ ಮನಸ್ಥಿತಿ ಉಳ್ಳವನಾಗಿರಬೇಕು. ಈತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ರಚನೆ ಮಾಡಿ ಅದಕ್ಕೊಂದು ಹದವಿಟ್ಟು ಉತ್ತಮವಾದ ವಾಹಕದ ಮೂಲಕ ಕಳುಹಿಸಿಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ಆ ವಾಹಕವು ಬರೆದ ಪತ್ರವಾಗಿರಬಹುದು ಇಲ್ಲವೇ ಹಾಗೇ ಮಾತಾಗಿರ ಬಹುದು ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿ. ಅಥವಾ ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಡೇವಿಡ್ ಬೆರ್ಲೋ ವಾಹಕವನ್ನು ಇಂದ್ರಿಯಗಳನ್ನೂ ಕೂಡ ವಾಹಕವನ್ನಾಗಿ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಬರುವ ಆಂಗಿಕ ಅಭಿನಯವನ್ನೂ ಕೂಡ ಇಲ್ಲಿ ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಡೇವಿಡ್ ಬೆರ್ಲೋನ ಈ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಸಂವಹನಕಾರನಿಗೆ ಈ ಗುಣ ವಿಶೇಷಣವಿದ್ದರೆ ಆ ಬದಿಯಲ್ಲಿರುವ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೂ ಕೂಡ ಇದೇ ಮತ್ತು ಇಷ್ಟೇ ತಕ್ಕನಾದ ಉತ್ತಮ ಅಂಶಗಳಿರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗಿರುವಾಗ ಮಾತ್ರ ಸಂವಹನೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಬಹುಶಃ ಈಗ ನಾವು ನೋಡುವ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ವಲಯದಲ್ಲಿನ ಬಿಸಿನೆಸ್ ಕಮ್ಯೂನಿಕೇಷನ್‌ಗೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳನ್ನು ೧೯೬೦ರಲ್ಲಿ ಡೇವಿಡ್ ಬೆರ್ಲೋ ತನ್ನ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ. ಸಂವಹನದ ಬಗೆಗಿನ ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ನಾವಿಲ್ಲಿ ಖಂಡಿತವಾಗಿ ನೋಡಬೇಕಾದ ಕಾರಣವೇನೆಂದರೆ ಮುಂದೆ ಬರುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವ ಯಾವ ರೀತಿಯ ಅಂಶಗಳು ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗಿ ಅರ್ಥಪಲ್ಲಟ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಉಂಟಾಗುತ್ತವೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. ಕೆಲವು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯುತ್ತಾ ಹೋದರೆ ಇನ್ನೂ ಕೆಲವು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಈಗಿರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತವೆ.

ಮೇಲಿನ ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ಒರೆಗೆಹಚ್ಚುವ ಕಾರಣವೇನೆಂದರೆ ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಇವುಗಳು ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯಮಾಡಿದ್ದರೆ ಕಾಲಕ್ರಮೇಣದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಆದ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತಾ ಬರುತ್ತವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಆರ್ಭಟವನ್ನು ಶುರುಮಾಡುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಯಾವ

ಹಂತಕ್ಕೆ ಹಿಗ್ಗಿ ನಿಂತಿದೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಏನೆಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನು ತನ್ನೊಳಗೆ ಹುದುಗಿಸಿಕೊಂಡಿದೆಯೆಂಬುದನ್ನು ನಾವು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮೊದಲು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರವಾನಿಸಲು ವಾಹಕವೊಂದೇ ಸಾಕೆನಿಸಿತ್ತು. ಆದರೆ ಶಾನನ್ ಮತ್ತು ವೀವರ್ ಅವರ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ರವಾನಿಸಲು ಸಂಕೇತಿಸುವ ಸಂವಾಹಕವು ಬೇಕಿರುವುದನ್ನು ಮನಗಾಣುತ್ತೇವೆ. ಸಂವಾಹಕಕ್ಕೆ ವಾಹಕದ ಅಗತ್ಯವನ್ನೂ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಈ ಹೊತ್ತಿಗಾಗಲೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತತೆ ಹಿದೆಂದಿಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಖರವಾಗುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ.

೨.೩. ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಸ್ವರೂಪ

ಒಂದು ಕಡೆಯಿಂದ ಇನ್ನೊಂದು ಕಡೆಗೆ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಹೊತ್ತು ಒಯ್ಯುವ ವಾಹಕವೇ ಮಾಧ್ಯಮ. ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಈಗ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿದ್ದಾವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಪೆನ್‌ಡ್ರೈವ್, ಸಿಡಿ, ಡಿವಿಡಿ, ಇಮೇಲ್, ಎಸ್‌ಎಂಎಸ್, ಇತ್ಯಾದಿ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಅವಲಂಬಿತ ವಾಹಕಗಳು. ಅಂದರೆ ಮತ್ತೊಂದು ಸಾಧನದ ಸಹಾಯದೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನದ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತವೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಇಲ್ಲವೇ ಗಣಕ ಯಂತ್ರದ ಇತ್ಯಾದಿ ಆಧುನಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಸಹಾಯ ದಿಂದಲೇ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಗಿರುವ ಸಂದೇಶವನ್ನು ವೇದ್ಯಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಏನೇ ಆದರೂ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊತ್ತು ಸಂವಹನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಸಾಧನವಾಗುತ್ತವೆ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಇವೂ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗುತ್ತವೆ.

ಇವುಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಮಾಧ್ಯಮವೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ. ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕೇವಲ ಒಂದು ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಂಡು ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಒಂದು ಸಮುದಾಯ ವನ್ನೇ ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯಪ್ರವೃತ್ತವಾಗುತ್ತವೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಈ ಹಿಂದಿನ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಹೇಳಿದಂತೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತುಕೊಟ್ಟು ಇವುಗಳು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆಯಾದರೂ ಅದರ ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನ ಹರಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಮತ್ತು ಅನೇಕ ಸಲ ಇವುಗಳು ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಸಂವಹನೆಗೆ ಬಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಇವು ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನೂ ಹೊರುವುದಿಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸಿನೆಮಾ. ಸಿನೆಮಾಗಳನ್ನು ನೋಡಿ ತಮ್ಮ ರೀತಿ ರಿವಾಜುಗಳನ್ನು ಯಾರಾದರೂ ಬದಲಾಯಿಸಿ ಕೊಂಡಲ್ಲಿ ಅವು ಸಾಮಾಜಿಕ ನಡಾವಳಿಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾದಲ್ಲಿ ಅಂಥಾ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಇವು ಸ್ಪಂದಿಸುವುದಿಲ್ಲವಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ವ್ಯಕ್ತಿಗತವಾದದ್ದೆಂದು ಸಬೂಬು ಹೇಳಿ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಿಂದ

ಜಾರಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಒಳ್ಳೆಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಬಂದಾಗ ನಾ ಮುಂದು ತಾ ಮುಂದು ಎಂದು ಬಿತ್ತರಿಸಿದ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಜವಾಬ್ಧಾರಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಕುಸ್ತಿ ನಡೆಸುತ್ತವೆ. ಈ ಮಾತು ಆಧುನಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮಟ್ಟಿಗಂತೂ ತುಸು ಹತ್ತಿರವಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಟೀವಿ, ರೇಡಿಯೋ, ಸಿನೆಮಾ, ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಸೈಟುಗಳು.

ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತೀರಾ ಭಿನ್ನವಾಗಿದ್ದು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚಲಿತವಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ನಡಾವಳಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ವಿಷದಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಾಫಲ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಾಣುತ್ತವೆ. ನಾಟಕ, ಹರಿಕತೆ ಇವೇ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿರುವ ಪಾರಂಪರಿಕವಾದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು. ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮುದಾಯದ ಮನಸ್ಥಿತಿಯು ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪಸರಿಸುವ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿದ್ದು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಹೆಚ್ಚು ಗುಣಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ದಿಕ್ಕಿನಿಂದಲೂ ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೂ ಇರುತ್ತದೆ.

ಮೂಲತಃ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ತನ್ನ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಚಾಕಚಕ್ಯತೆಯಿಂದಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚಲಿತ ಮತ್ತು ಜನಪ್ರಿಯ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮುದಾಯದ ಮೇಲಿನ ಹಿಡಿತವನ್ನು ತಾನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಇಲ್ಲವೇ ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಸಂದೇಶದ ಮೂಲಕ ಹಿಡಿದಿಡುವ ಪ್ರಯತ್ನಕ್ಕೆ ಇಡೀ ಸಮುದಾಯವೇ ಸನ್ನಿಯಲ್ಲಿ ಸಿಲುಕಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ನೆರಳಲ್ಲೇ ಬೆಳೆದ ಮನುಷ್ಯನಿಗೆ ಸಹಜವಾಗಿ ತನ್ನ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಹ್ಯಾಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಗತ್ತಿನೊಂದಿಗೆ ಬೆಸೆದುಕೊಂಡಿದೆ ಎಂಬುದರ ಕುತೂಹಲ ಇದ್ದೇ ಇದೆ. ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಸರ, ಐತಿಹಾಸಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಂದರ್ಭಗಳು ನಮ್ಮ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ವಿಕಸನಗೊಳಿಸಿರುತ್ತವೆ. ನಮ್ಮ ವ್ಯಯಕ್ತಿಕ ಜೀವನವನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಮುಖಾಮುಖಿ ಮಾಡಿಸುವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮ. ನಮ್ಮ ಇರುವನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸಮಾಜದೊಂದಿಗೆ ಮುಖಾಮುಖಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತೇವೆ. ಈ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಾ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ನಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಎದ್ದು ಕಾಣುತ್ತದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಬದುಕಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿಯೋ ಅಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿಯೋ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ನಾವು ಕೇಳಿಯೋ ಕೇಳದೆಯೋ ಅನೇಕ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೇಲೆ ಆರೋಪಿಸುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತೇವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಮಗೆ ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ತಿದ್ದಿ ತೀಡುವ ಗುರುವಿನಂತೆಯೋ, ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ಕೊಡುವ ಪಾತ್ರಧಾರಿಯಂತೆಯೋ ಇಲ್ಲವೇ

ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ನಿಯತಕಾಲಿಕದಂತೆಯೋ ಹೀಗೆ ನಾನಾ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ನಮ್ಮ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅವಿರ್ಭವಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಒಬ್ಬರಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ಕೊಡುವ ಸಾಧನವಾಗಿದ್ದರೆ ಅದೇ ಮಾಧ್ಯಮವು ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ಸುದ್ದಿ ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಸಾಧನವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೊರಜಗತ್ತಿನೊಂದಿಗಿನ ನಮ್ಮ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬೆಸೆಯುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪರಿಸರದೊಂದಿಗಿನ ಅರ್ಥವಂತಿಕೆಯನ್ನೂ ಕಟ್ಟಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ರಾಜಕಾರಣದ ನಡೆಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರಗಳ ಪ್ರತಿಪಾದನೆ ಇತ್ಯಾದಿ... ಇದಲ್ಲದೇ ನಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಸ್ತುತಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ, ಬೇಸರವನ್ನು ಕಳೆಯುವಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲಾ ಸಂಘರ್ಷವನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸುವುದರಲ್ಲಿ, ಸಹಬಾಳ್ವೆಯನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವಲ್ಲಿ, ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದಲ್ಲಿನ ಬೇಕು ಬೇಡಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಾತ್ರ ದೊಡ್ಡದು.

ಈಗಿನ ದಿನಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಒಂದಲ್ಲ ಒಂದು ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಹಾಯವನ್ನು ಪಡೆದಿರುತ್ತೇವೆ. ನಾವು ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳುವ ಬಟ್ಟೆಗಳ ಆಯ್ಕೆಗಳಿಂದ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು, ಅಡುಗೆಗೆ ಹಾಕುವ ಉಪ್ಪಿನವರೆಗೂ, ಬಳಸುವ ಕುಂಕುಮದಿಂದ ಹಿಡಿದು ಕಸ ಗುಡಿಸುವ ಪೊರಕೆಯ ವರೆಗೂ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತೇವೆ. ಇಂದಿನ ಕಾರ್ಯದೊತ್ತಡದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೇಲಿನ ಅವಲಂಬನೆ ಎಷ್ಟಿದೆಯಂದರೆ ನಮ್ಮ ಬಾಳ ಸಂಗಾತಿಯನ್ನೂ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಹಾಯದಿಂದಲೇ ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಈ ಅವಲಂಬನೆಯೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಮ್ಮ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತುರ್ತಾಗಿ ಪಡೆಯುವ ಧಾವಂತ, ಎಲ್ಲವೂ ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ದೊರಕಿಸಿಕೊಡುವ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೇಲುಗಾರಿಕೆ, ಕಾರ್ಯದೊತ್ತಡದ ಸಬೂಬಿನಡಿಯಲ್ಲಿ ಸೋಮಾರಿಗಳಾಗಿರುವ ನಾವು ಮಾಧ್ಯಮ ಸೃಷ್ಟಿಸಿರುವ ಮೋಹಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿದ್ದೇವೆಂದರೆ ನಮ್ಮ ಜೀವನ ಸಂದರ್ಭದ ಅಷ್ಟೂ ದಿಕ್ಕುಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಮಯವಾಗುತ್ತಿದೆ-ಆಗಿದೆ. ಈ ಮೊದಲು ನಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಆಯ್ಕೆಗಳು ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ತತ್‌ಕ್ಷಣದ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಬರುತ್ತಿದ್ದವು. ಆದರೆ ಈಗ ನಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಮ್ಮ ತತ್‌ಕ್ಷಣದ ಪರಿಸರವನ್ನು ದಾಟಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹೆಗಲಿಗೆ ಬಿದ್ದಿದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೇಳಿದಂತೆ ನಾವು ಕೇಳುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಹಲ್ಲು ಉಜ್ಜುವ ಪೇಸ್ಟ್, ಮೊದಲಾಗಿದ್ದರೆ ನಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆ ನಮ್ಮ ಅಕ್ಕಪಕ್ಕದವರಿಂದಲೋ ಅಥವಾ ಹಿರಿಯರಿಂದಲೋ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈಗ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಚಂದವಾಗಿ ಹೇಳುವ ಅಂದರೆ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಿ

ಹೇಳಿಕೊಡುವ ಪೇಸ್ಟನ್ನೇ ನಾವು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಇರುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಸವಾರಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ರಭಸ ಎಷ್ಟಿದೆ ಎಂದರೆ ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಬೇಕು ಬೇಡಗಳನ್ನು ಅಲ್ಲಿಂದಲೇ ಎರವಲು ಪಡೆಯುತ್ತೇವೆ.

೨.೩.೧. ರಂಗ ಮಾಧ್ಯಮ

ಜನಪದರ ಮಾಧ್ಯಮವು ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಚೌಕಟ್ಟಿಗೆ ಒಳಪಡದೇ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಿತ್ತು. ಬಯಲಾಟವಾಗಲೀ, ಹರಿಕತೆಯಾಗಲೀ ಇಲ್ಲವೇ ಯಾವುದೇ ಕಾವ್ಯ ಕಥಾನಕವೂ ಕೂಡ ಸಾಮಾಜಿಕ ಭೇದಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ತನ್ನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ಧಾರಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ಧಾರಿಯಾದಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂದೇಶವು ಯಾವುದೇ ಅಡೆತಡೆಯಿಲ್ಲದೇ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಿದ್ದವು. ಸಮುದಾಯದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ತಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಆಗುಹೋಗುಗಳಿಗೆ ಮೌಲಿಕವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವಂಥ ದಾರಿಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ನಾಟಕಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜವಾಬ್ಧಾರಿಯನ್ನು ಸ್ಫುರಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ. ಹರಿಕಥೆ, ದಾಸರ ಪದಗಳು ದೈವದ ಇರುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಮೌಲಿಕ ಬದುಕನ್ನು ಸಾರುತ್ತಿದ್ದವು. ಬಯಲಾಟಗಳೂ ಈ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದವು. ಇವುಗಳಿಗೆ ಭಾಷೆಯ ಚೌಕಟ್ಟು ಬಿಟ್ಟರೆ ಇನ್ಯಾವುದೇ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ತಮ್ಮ ಸುತ್ತಲೂ ಎಳೆದುಕೊಂಡಿರಲಿಲ್ಲ. ಬಡವರಿಗೇ ಬೇರೆಯಾದ ಸಂದೇಶ ಮತ್ತು ಶ್ರೀಮಂತರಿಗೇ ಬೇರೆಯಾದ ಸಂದೇಶ ಅಥವಾ ಬೇರೆಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವಿಕೆಯ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಬಂಧವನ್ನು ಅವು ಪಾಲಿಸುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಬಂಧ ಯಾವುದೇ ಆಗಿದ್ದರೂ ಹೇಳುವವರ ಆಡುವವರ ಪ್ರತಿಭೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ವಿಭಿನ್ನತೆ ಇತ್ತೇ ಹೊರತು ಅದರಲ್ಲಿನ ಸಂವಹನದ ವಿಷಯದಲ್ಲಲ್ಲ. ಆಟವು ನಡೆದಿದ್ದರೆ ಅದು ಊರಿನ ಮಧ್ಯದಲ್ಲೇ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಬಂದು ಸೇರಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂಥ ಸ್ಥಳದಲ್ಲೇ ಆಗುತ್ತಿತ್ತು. ಎಲ್ಲರೂ ಒಟ್ಟಿಗೇ ಕಲೆತು ಸಂವಹನದ ವಿಷಯವನ್ನು ತಮ್ಮ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅರ್ಥ ವಿಸ್ತರಣೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥವನ್ನು ತಮ್ಮ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರೇ ವಿನಃ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಂಧ ಭೇದದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಇಂಬು ಕೊಡುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ.

ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರ ಯವುದೇ ಇದ್ದರೂ ಅವು ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡು ಅರ್ಥವನ್ನು ಪಸರಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಚಾಲನೆ ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದವು. ಹೇಳಿ ಕೇಳಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪಠ್ಯದ ಕೊರತೆ ಇದ್ದದ್ದರಿಂದ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ವೇಳೆ ಅನಾವಶ್ಯಕವೆನ್ನಬಹುದಾದ ವಿಷಯ ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ ಅದು ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆಯ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಸಾರ್ವಕಾಲಿಕದ

ಮಾನ್ಯತೆಯನ್ನ ಪಡೆದು ಮುಖ್ಯ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಭಿನ್ನ ಬಾರದಂತೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯನ್ನು ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಕಾರಣ ಎಲ್ಲರ ಮನಸ್ಥಿತಿಯೂ ಈ ಮಾಧ್ಯಮದ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಂತೆ ತಯಾರಾಗಿರುತ್ತಿತ್ತು. ಒಂದೇ ನಾಟಕ ಅಥವಾ ಹಾಡು ಅಥವಾ ಕಥಾನಕದ ಅನೇಕ ಪ್ರಯೋಗಗಳು ನಡೆದರೂ ಅದರಲ್ಲಿನ ಸತ್ವದ ಹರಿವು ಆಗಿನ ಸಂದರ್ಭದ ಅರ್ಥವನ್ನೆ ಸ್ಫುರಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಅಕ್ಷರಮಟ್ಟಿಗಿನ ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮೊಳಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿರುತ್ತಿದ್ದವು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಸಂಗ್ಯಾಬಾಳ್ಯಾನ ಆಟದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯ ಪದ್ಧತಿಯನ್ನು ಆಗಿನ ದಿನಮಾನಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಂತೆ ಅರ್ಥೈಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಮತ್ತು ಆಗಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆಗಿರಬಹುದಾದ ನಡಾವಳಿಗಳ ಒಳಿತು ಮತ್ತು ಕೆಡಕುಗಳ ನಡುವಿನ ಅಂತರವನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾ ಮೌಲ್ಯಗಳ ಒಳತೋಟಿಗಳನ್ನು ಅಲ್ಲಿ ನೆರೆದಿದ್ದವರಿಗೆ ಮುಟ್ಟಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ಮಾತು ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತವೆ.

ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಈಗ ನಾವು ಹೇಳುವಂತೆ ಶೋತೃಗಳ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ, ಓದುಗರ ಮತ್ತಿತರೆ ಯಾವುದೇ ಭಿನ್ನ ಪ್ರಮಾಣದ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕೊರತೆ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಅದು ಇದ್ದದ್ದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ. ಓದಿದವ–ಓದದವ, ಬಡವ–ಶ್ರೀಮಂತ, ಯಾವುದೇ ಜಾತಿಯವ...ಹೀಗೆ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ತನ್ನೊಳಗೆ ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಿತು. ಈ ಸಾಮುದಾಯಿಕ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯೇ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಶಕ್ತಿಯಾಗಿದ್ದಿತು. ಇಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಸ್ಪಾನ್ಸರ್‌ಗಳ ಕಾಟವಿರುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ದೈವಿಕ ಆಚರಣೆಯ ಭಾಗವಾಗಿಯೂ ಮತ್ತೂ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಹರಕೆ ಒಪ್ಪಿಸುವಿಕೆಯ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿಯೂ ಮಗದೊಮ್ಮೆ ಸುಗ್ಗಿಯ ಬಿಡುವಿನ ಮನರಂಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿಯೂ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರಿಂದ ಅವುಗಳಿಗೆ ಯಾರದೇ ಹಂಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಒಳಗೊಳ್ಳುವ ಧೀಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೊಂದಿದ್ದವು. ಸಮುದಾಯದ ಎಲ್ಲರೂ ಈ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ದೈವಿಕ ಆಚರಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದರಿಂದ ಅವರೇ ಈ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಾದರು/ಶೋತೃಗಳಾದರು. ಇಲ್ಲಿನ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ಆಚರಣೆಯ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದಿತು. ಅದೇ ಮನಸ್ಥಿತಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂವಹನೆಗೂ ಗಾಂಭೀರ್ಯತೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿತ್ತು.

ದೈವಿಕ ಆಚರಣೆಯಾಗಲೀ ಸುಗ್ಗಿಯ ಸಂದರ್ಭದ ಮನರಂಜನೆಯ ಆಟವಾಗಲೀ ಎಲ್ಲವೂ ದೈವಿಕದ ಕಾರುಣ್ಯವಾದುದರಿಂದ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಅಡೆತಡೆಗಳಿರಲಿಲ್ಲ.

ಶಾನನ್–ವೀವರ್ ಹೇಳುಂತೆ ಸಂವಹನೆಯಲ್ಲಿ ಅಡೆತಡೆಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯತೆ ಎಂಬ ಮಾತು ಇಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಳಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಕಾರಣ ಎಲ್ಲರ ಮನಸ್ಥಿತಿ ಈ ಮೊದಲೇ ಸಂವಹನ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ತಯಾರಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಅಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಉದ್ದೇಶ ಸಫಲವಾಗಿತ್ತು. ಮೇಲಾಗಿ ಪಾರಂಪರಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗಿದ್ದ ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿಯೇ ಆತನ ದೊಡ್ಡ ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥವನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವ ಸಾಧನವಾಗಿದ್ದಿತು. ಈ ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿ ಕೇವಲ ಕಥೆಯನ್ನು ತನ್ನೊಳಗೆ ಕಟ್ಟಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದರಿಂದಲ್ಲ ಬದಲಿಗೆ ಆ ಕಥೆಯ ಸಾಧ್ಯಾನುಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಆಗುಹೋಗುಗಳೊಂದಿಗೆ ತಾಳಿಸಿ ನೋಡುವ ಶಕ್ತಿ. ಇದೇ ಆತನ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಅರ್ಹತೆ. ಪಾರಿಜಾತವನ್ನು ಆಚರಣೆಯ ಭಾಗವಾಗಿಯೋ ಇಲ್ಲಾ ಹರಕೆಯ ಭಾಗವಾಗಿಯೋ ಸಾವಿರ ಸಲ ನೋಡುವಾಗಲೂ ಆತನಿಗೆ ಸಾವಿರ ಪಾರಿಜಾತಗಳನ್ನು ನೋಡಿದ ಅನುಭವವಾಗುತ್ತಿದ್ದುದು ಈ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ. ಇಂಥಾ ಅರ್ಹತೆಯುಳ್ಳ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದ್ದೇ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆ.

ತಮ್ಮ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪರಿಧಿಯನ್ನು ದಾಟಿ ತಮ್ಮ ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಣೆ ಮಾಡುಲಾಗದಿದ್ದುದೇ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಕೊರತೆಯಾಗಿದೆ. ಆಧುನಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿದ್ದ ಭೌಗೋಳಿಕ ವಿಸ್ತರಣೆಯ ವ್ಯವಹಾರತೆ ಇವುಗಳಿಗೆ ದಕ್ಕಲಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಇವುಗಳಿಗಿದ್ದ ಭಾಷೆಯ ಮತ್ತು ಬಂಧಕ್ಕಿದ್ದ ಮಿತಿ. ಹಾಗಾಗಿ ಕಾಲ ಕಳೆದಂತೆ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕೇವಲ ಪ್ರಕಾರಗಳಾಗಿಯಷ್ಟೇ ಉಳಿಯಲು ಶಕ್ತವಾದುವೇ ಹೊರತು ವಿಸ್ತರಿಸಿದ ಸಮುದಾಯದ ಸಂವಹನೆಯ ಕೇಂದ್ರಗಳಾಗದೇ ತಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಕೆಲವು ಗುಣಗಳನ್ನು ಪುಗಸಟ್ಟೆಯಾಗಿ ಹೊಸ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ನೀಡಿ ಸೊರಗಿದವು.

೨.೨.೨. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ

ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಅಂದರೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮುದಾಯದ ಸದಸ್ಯರನ್ನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ತನ್ನೆಡೆಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೇ ಹೊಸ ಮಾಧ್ಯಮವು ತನ್ನ ರೂಪಕ್ಕೆ/ಬಂಧಕ್ಕೆ ರೂಪುರೇಷೆಯನ್ನಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ತನ್ನದೇ ಹರಿವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿತು.

ಈ ಮೇಲೆ ಹೇಳಿದಂತೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮುದಾಯದ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡು ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ. ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ಇದೇ ಅಲ್ಲವೇ!? ಆದರೆ ಈ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗಿದ್ದ

ಭೌಗೋಳಿಕ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಮೀರಿ ಅನೇಕ ಜನ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಮುಟ್ಟುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡವು.

ರೇಡಿಯೋ ಮೂಲಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗ ಸಮಾಜದ ಬಹು ಜನರನ್ನು ಮುಟ್ಟುವ ಅದರ ಗುಣದ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯಲೆತ್ನಿಸಿದವರು ಅಧಿಕಾರ ವರ್ಗದವರು. ಕಾರಣ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಾವು ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಗೆ ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಬೇಡುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಬೇಡಿದರೂ ಅದಕ್ಕೆ ಸಮಯದ ಬಂಧವಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯದ ಬಂಧವಿಲ್ಲ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಏಕಮುಖಿ ಗುಣಸ್ವಭಾವವೇ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಣಬಹುದು. ಇದನ್ನೇ ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡ ಅಧಿಕಾರಸ್ಥರು ಅಮೆರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ೧೯೩೦ರ ರಾಜಕೀಯ ಅಸ್ಥಿರತೆಯ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ರೇಡಿಯೋವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡ ರೀತಿ ಅನೇಕ ಬರಹಗಾರರ ಮತ್ತು ಸಮಾಜ ಚಿಂತಕರ ನಿದ್ರೆಯನ್ನು ಹಾಳುಮಾಡಿತು. ಅಧಿಕಾರವರ್ಗದವರು ಕೇವಲ ತಮ್ಮ ರಾಜಕೀಯ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಈ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ವಿಫುಲವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡರು.

ಮನಃಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಲೆತ್ನಿಸಿದರು. ಲಾಸೆಸ್ಫೆಲ್ಡ್ ಎಂಬಾತ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅದಃಶ್ಚರ್ಮೀಯ ಸೂಜಿ ಎಂದು ಕರೆದನು.[೧೦] ಮದ್ದನ್ನು ಸೂಜಿಯ ಮೂಲಕ ರೋಗಿಗೆ ಕೊಟ್ಟಾಗ ಆತನ ದೇಹವು ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿರೋಧ ತೋರದೇ ಮದ್ದಿಗೆ ಹ್ಯಾಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತದೆಯೋ ಹಾಗೆಯೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂವಹನೆಗೆ ಇಡೀ ಸಮುದಾಯವೇ ಮಾಧ್ಯಮದ ಅಪೇಕ್ಷಿತ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತದೆ. ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಬಂದ ಮಾಹಿತಿಯು ಕೇಳುಗರನ್ನು ಪೂರ್ವಗ್ರಹ ಪೀಡಿತರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿ ತಮ್ಮ ತಾತ್ವಿಕನೆಲೆಯನ್ನೇ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡಿದೆ ಎಂದೂ ಸಮುದಾಯದ ಯೋಚನಾ ಕ್ರಮವನ್ನೇ ಬುಡಮೇಲು ಮಾಡಿದೆಯೆಂದು ಸಾರಿದನು. ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಮೂಹ ಸನ್ನಿಯ ಗುಣವು ಈಗಲೂ ಕೂಡ ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿದೆ. ಲಾಸೆಸ್ಫೆಲ್ಡ್ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಂವೇದನಾಹಾರಿಯೆಂದು ಸಾರಿ ನಿಷ್ಪ್ರಯೋಜಕವೆಂದು ಹೇಳಿದರು. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮವು ಜಡತೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ ಜನರನ್ನು ಕಾರ್ಯಹೀನರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದರು. ಅವರು ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವುದರಲ್ಲಿಯೇ ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿ ತಾವು ಏನನ್ನು ಮಾಡಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ಗೌಣಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದರು.

ಮಾರ್ಕ್ಸ್ ವಾದವನ್ನೇ ಧ್ಯೇಯವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡ ಫ್ರಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಚಿಂತನಾಗರಡಿಯಿಂದ ಬಂದಂಥ ಬರಹಗಾರರಂತೂ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸಮೂಹ ಸನ್ನಿಯೆಂದು ಜರೆದರು. ಮಾಧ್ಯಮವು

ಅಧಿಕಾರಿ ವರ್ಗದವರ ಕೈಯಲ್ಲಾಡುವ ಗೊಂಬೆಯಾಗಿತ್ತು. ದುಡಿಯುವವರ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವಿದ್ದರೆ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಅನುಕೂಲವೆಂಬ ಮಾರ್ಕ್ಸ್‌ವಾದವನ್ನೇ ಅವರೂ ಬೆಂಬಲಿಸಿದ್ದರು. ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಮಿಲ್‌ಗ್ರಾಮ್ ಎಂಬಾತ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ವಿಧೇಯತೆಯನ್ನು ಮೈಗೂಡಿಸುತ್ತವೆ ಎಂದನು. ಬ್ರಿಟನ್‌ನಲ್ಲಿ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗಲಂತೂ ಅದನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ದಬ್ಬಾಳಿಕೆಯ ಅಸ್ತ್ರ ಎಂದೇ ಚಿಂತಕರು ಜರೆದರು.

ಬಹುಶಃ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಏಕಮುಖಿ ಸಂವಹನ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಮನಗಂಡು ಚಿಂತಕರು ಈ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೇಳಿದ್ದಿರಬಹುದು. ಆದರೆ ತದನಂತರದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಮೇಲಿನ ಅವುಗಳ ಪರಿಣಾಮ/ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಅನೇಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಬಂದವು. ಕೆಲವು ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡವಾದರೆ ಅನೇಕವುಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಗುಣ ಲಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಅದರ ಕಾರ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಕುರಿತಾದದ್ದು.

ಮೇಲಿನ ಕೆಲವು ಮಾತುಗಳನ್ನೇ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಗುಣ ವಿಶೇಷಗಳನ್ನು ನೋಡಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಕಳಿಸುವವರು ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ನಡುವೆ ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾದ ಕಂದರ ಏರ್ಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ನಡುವೆ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಸಂಬಂಧಗಳಾಗಲೀ, ಬಂಧಗಳಾಗಲೀ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿನ ನೋಡುಗ ಕೇಳುಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ತೀರಾ ವಿರಳ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಈ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಏಕಮುಖಿಯಾದದ್ದು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಸೆಯಿಂದ ಹೊರಬಂದ ಪಠ್ಯ ಯಾರಿಗೆ ಎಲ್ಲಿ ಮುಟ್ಟುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಮಾಧ್ಯಮ ಪಠ್ಯದ ನಿರ್ಮಾತೃವಿನಿಗೆ ತಿಳಿದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಪಠ್ಯ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾನಂತರದ ಪರಿಣಾಮಕ್ಕೂ ಹೊಣೆ ಹೊರುವುದಿಲ್ಲ. ನಿರ್ಮಾತೃರು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಕಲ್ಪಿತ ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ತಯಾರು ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಗುಣ ಲಕ್ಷಣ ಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಜನರು ಹೀಗೇ ಇರುತ್ತಾರೆಂದು ಕಲ್ಪಿಸಿ ಜನರ ಆಶಯ ಹೀಗೇ ಇರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಕಲ್ಪಿಸಿ ಅವರಿಗಾಗಿಯೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ನಿಯತಕಾಲಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಬರುವ ಅಥವಾ ನಾವು ನೋಡುವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು. ಅನೇಕಬಾರಿ ಅವು ಕನಸಿನಂತೆಯೇ ಕಾಣುತ್ತವೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟೋ ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ

ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಬರುವ ಅನೇಕ ವಿಷಯಗಳು ಕೈಗೆಟುಕುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ನಮ್ಮ ಇತಿಹಾಸದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಬದಲು ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು. ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಮತ್ತು ವಿಶೇಷ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಬಳಸಿ ಸಂಹವನವನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಅನೇಕ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಫೋಟೋಗಳ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ಧ್ವನಿ ಮುದ್ರಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ಮುದ್ರಣಗೊಂಡ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯ ಮೂಲಕ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಆಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಇತಿಹಾಸ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಕೂಡ ಈ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬದಲು ಮಾಡುತ್ತಿವೆ.

ಇಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಇತಿಹಾಸದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯು ಹೊಸದಾಗಿ ಕಟ್ಟಲ್ಪಡಲಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಪಲ್ಲಟಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಮೂರನೆಯದಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅಸ್ತಿತ್ವಕ್ಕೆ ಬಂದಾಗಿನಿಂದ ಕೇವಲ ಒಂದು ಅಥವಾ ಎರಡು ಸಮುದಾಯಕ್ಕೇ ಸೀಮಿತವಾದಂತಹ ಸಂವಹನೆ ಈಗ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಹರಡಿದೆ. ಅಂದರೆ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕೋಟಿಗಟ್ಟಲೆ ದಾಟುತ್ತಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೀಗ ವ್ಯಾಪಾರಿಕೇಂದ್ರಗಳಾಗಿದ್ದು ಲಾಭದ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದಲೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಅವರಸಕ್ಕೆ ಜೋತು ಬಿದ್ದಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಜಗತ್ತಿನ ಯಾವುದೋ ಮೂಲೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಆಟ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದರೆ ಆ ಆಟವನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಜಗತ್ತಿನ ನಾನಾ ಮೂಲೆಗಳಲ್ಲಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನೂ ಮುಟ್ಟುವ ಶಕ್ತಿ ಈಗ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಿದೆ. ಅದನ್ನೇ ಬಂಡವಾಳ ಮಾಡಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅಪಾರ ಪ್ರಮಾಣದ ಹಣ ಗಳಿಸುತ್ತಿವೆ. ಮೊದ ಮೊದಲು ಕೇವಲ ಕೆಲವು ತುಣುಕುಗಳಿಗಷ್ಟೇ ಸೀಮಿತವಾಗಿದ್ದ ಆಟದ ಪಂದ್ಯಗಳು ಈಗ ಇಡೀ ಪಂದ್ಯಗಳನ್ನು ನೇರಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಕೆಲವೇ ತುಣುಕುಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲವೂ ಉಚಿತವಾಗಿತ್ತು. ಮಾಧ್ಯಮವು ಆಟದ ಅಂಕಣದ ಒಳಹೊಕ್ಕು ಮುದ್ರಿಸಿಕೊಂಡೋ ಇಲ್ಲವೇ ಚಿತ್ರಿಸಿಕೊಂಡೋ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ನೋಡುವ ಅಥವಾ ಕೇಳುವ ಅಥವಾ ಓದುವವರೆಗೆ. ಬದಲಾದಂಥ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪರವಾನಗಿಯ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಪಂದ್ಯದಲ್ಲೂ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡುತ್ತಿವೆ. ನಾಲ್ಕನೆಯದಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಠ್ಯವು ಈಗ ಕೇವಲ ಪಠ್ಯಗಳಾಗಿ ಉಳಿದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರದ ಸರಕಾಗಿವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳಾಗಿವೆ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಭಾವಗಳು ಮಾಧ್ಯಮದ, ಪಠ್ಯದ ನಿರ್ಮಾಣದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುವಲ್ಲಿ ನೇರವಾದ ಹಿಡಿತವನ್ನು ಸಾಧಿಸಿವೆ. ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಆಟವೊಂದರ ಪಂದ್ಯದಲ್ಲಿ–ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಆಟವೆನ್ನಿ, ಇಡೀ ಆಟವನ್ನು

ಪ್ರಾಯೋಜಿಸಿದವ ಹೇಳಿದಂತೆ ಆತನಿಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಕೊಡಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ, ಆತ ಹೇಳುವ ಆಟಗಾರನಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಕೂಡ ಕೊಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಈಗ ನಮ್ಮಿಂದ ಬೇರೆಯಾಗಿ ಉಳಿದಿಲ್ಲ. ಅವು ನಮ್ಮ ಜೀವನದ ಅಂಗವಾಗಿ ನಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದ ಬೇಕುಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿವೆ. ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಕೂಡ ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಅದರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿದ್ದೇವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿನ ಜಗತ್ತು ಒಳಗೊಂಡಿರುವಂಥ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹರಿವುಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ತತ್ತ್ವ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಅರ್ಥ ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ.

ನಾವೀಗ ಇರುವುದು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕೀಕರಣಗೊಂಡ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ.ಇಂಥ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿದಂತೆಯೇ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗೆಂದಾಕ್ಷಣ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಯಾವರೀತಿ ಸನ್ನಿ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ತತ್ವ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೇಗೆ ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಭಿನ್ನವಿಸುತ್ತಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ನೋಡಬಹುದು. ಯಾಕೆಂದರೆ ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳೂ ಕೂಡ ಈಗ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮಿದುಳಿನಲ್ಲಿ ಸೆರೆಯಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿವೆ. ನಮ್ಮ ಸ್ವಂತಿಕೆ ತಾರ್ಕಿಕ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಮೀರಿ ಅವುಗಳನ್ನೂ ಕೂಡ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸೆರಗಿನಲ್ಲಿ ಬಚ್ಚಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ.

ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ನಾವಿಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಅದೇನೆಂದರೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೀಗ ರಾಜಕೀಯ ಇಚ್ಛಾಶಕ್ತಿ ಬಂದಿದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವರ್ಷಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಆರಿಸಿ ಬರುವ ರಾಜಕಾರಣಿಗಳಿಗೆ ಇಲ್ಲದಿರುವ ಶಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಮನಸ್ಸು ಮಾಡಿದರೆ ಒಂದು ಹಗರಣವನ್ನು ಮುಚ್ಚಬಹುದು ಅಥವಾ ಅದನ್ನು ಬಯಲಿಗೆಳೆಯಬಹುದು. ಅದರ ಇಚ್ಛಾಶಕ್ತಿ ಯಾವ ರೀತಿಯದ್ದೆಂದರೆ, ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವದ ಮತದಾರನ ಮೇಲೆ ನಿಚ್ಚಳವಾದ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿ ತನಗೆ ಬೇಕಾದವರನ್ನು ಗದ್ದುಗೆ ಕೂರಿಸುತ್ತದೆ! ಮೇಲಾಗಿ ಮನವೊಲಿಸುವ ತಂತ್ರಗಾರಿಕೆ ಈ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಒಳಗುಟ್ಟು. ಇಡೀ ಸಮಾಜವನ್ನು ತಮ್ಮ ಇಚ್ಛಾಶಕ್ತಿಗನು ಗುಣವಾಗಿ ಅವು ಬದಲಾಯಿಸಬಲ್ಲವು. ಇಡೀ ಸಮಾಜದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು, ಇಡೀ ಸಮಾಜದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು, ರೀತಿ ರಿವಾಜುಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬದಲಾಯಿಸಿ ಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲವು. ಅದರ ರಾಜಕೀಯ ಪ್ರಚಾರ, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ತನ್ನ ಇಚ್ಛೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ತನ್ನ

ಪರಿಧಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವ ಎಲ್ಲರ ಮನಸ್ಸುಗಳನ್ನು ತನ್ನೆಡೆ ಸರಳವಾಗಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ವಿಧಿವಿಧಾನ ತೀವ್ರ ಕಾಳಜಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

೨.೪. ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು

ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಈ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಭರಾಟೆ ಈಗಾಗಲೇ ಸ್ಥಾಪಿತವಾದಂತಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು, ರೀತಿ ರಿವಾಜುಗಳನ್ನು, ಆಚರಣೆ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ಹಿಂದಿಕ್ಕುತ್ತಿರುವ, ತುಚ್ಛವಾಗಿ ಕಾಣುವ, ಅವುಗಳಿಗೆ ಹೊಸ ಭಾಷ್ಯ ಬರೆಯುವ ರೀತಿಯೇ ಕಾಳಜಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಮೇಲಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಠ್ಯಗಳೂ ಕೂಡ ಕಾಳಜಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿವೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಬಹಳವಾಗಿ ಕಾಡುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ವಿವಾದಾಸ್ಪದವಾದ ವಿಷಯ ವೆಂದರೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ನಡೆ ನುಡಿಗಳನ್ನು ತಿದ್ದುತ್ತಿರುವ ಬಗೆ.

ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಠ್ಯಗಳು ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಯಾದ್ದರಿಂದ ಗಂಭೀರವಾಗಿ ಯೋಚಿಸಿ ಪಠ್ಯ ತಯಾರಿಕಾ ಕ್ರಮವನ್ನು ಯಾವುದೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಬಿಸಿ ದೋಸೆಯಂತೆ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನೇ ಅವು ತಯಾರಿಸುತ್ತಿವೆ. ರೋಚಕವಾದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಅಡಕಗೊಳಿಸಿ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮವುಂಟುಮಾಡುವ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಉತ್ತೀಚೆಗೆ ಕನ್ನಡದ ಎರಡು ಪ್ರಮುಖವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು ಐನೂರು ಸಂಚಿಕೆಗಳಷ್ಟು ಪ್ರಸಾರವಾದ ಅಪರಾಧ ಹಿನ್ನಲೆಯುಳ್ಳ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು. ಪೋಲೀಸರ ಮಾಹಿತಿಯಂತೆ ಸರಿಸುಮಾರು ಶೇಕಡ ೧೬%ರಷ್ಟು ಅಪರಾಧಗಳು ಈ ಎರಡು ಧಾರಾವಾಹಿಯಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟದ್ದವಂತೆ.

ಈಗಿನ ದಿನಮಾನಗಳಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಬದುಕಿನ ಎಲ್ಲಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು, ಎಲ್ಲಾ ಆಶಯಗಳನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಕಣ್ಣಿನಿಂದಲೇ ನಾವು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಅಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿದ್ದೇವೆ. ಮಾಹಿತಿಗೆ, ಮನರಂಜನೆಗೆ, ಆಲೋಚನೆಗಳಿಗೆ, ಬೇಕು ಬೇಡಗಳ ಅನಿಸಿಕೆಗಳಿಗೆ ಅಷ್ಟೇ ಏಕೆ ನಮ್ಮ ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ತಿಳಿಯಲು, ನೆನೆಸಿಕೊಂಡಾಗಲೆಲ್ಲಾ ದೇವರ ದರ್ಶನ ಪಡೆಯಲೂ(ಪ್ರಮುಖ ದೇವಸ್ಥಾನಗಳ ನೇರ ಪ್ರಸಾರ!) ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜೊತೆಗಿನ ಅವಿನಾಭಾವ ನಂಟೇ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಬೆಸೆಯಲು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ತಳಹದಿಗಳೂ ಕೂಡ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಭರಾಟೆಯಲ್ಲಿ ಒದ್ದೆಯಾಗಿವೆ. ಈ ಮೊದಲು ನಾವಿದ್ದ ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಬೇರಿನ ಮೇಲೆಯೇ ನಿಯೋಜಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಡಿಗಲ್ಲುಗಳು ಬಿದ್ದಿವೆ. ಸರಳವಾಗಿ ಕಂಡರೂ ದಾಸ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಬೇರುಗಳನ್ನೇ ನಮ್ಮ ಸುತ್ತ ಜಾಲಾಡಿರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಗೆಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕ್ಕೆ ಬರೋಣ.

ಈ.ಬಿ.ಟೇಲರ್ ಹೇಳಿದಂತೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು "...ಸಮಾಜದ ಸದಸ್ಯನಾಗಿದ್ದುಕೊಂಡು ಮನುಷ್ಯನು ತನ್ನ ಜೀವಿತಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಪಾದಿಸುವ ಸಮಷ್ಠಿ ಬದುಕಿನ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗಗಳಾದ ಮೌಲ್ಯಗಳು, ನೀತಿ, ನಡತೆ, ಕಲೆ ಮತ್ತಿನ್ನಿತರೆ ಅಂಶಗಳ ಹೂರಣವೇ"[1] ಸಂಸ್ಕೃತಿ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ನಮ್ಮ ಇರುವಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುವಂಥ ಅಂಶಗಳೇ... ಇದನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಎನ್ನಬಹುದು. ಮಹಾಯುದ್ಧಗಳ ನಂತರದ ಬದುಕಿನಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಲೋಭನೆಗೊಳಗಾದಂತೆ, ಕೈಗಾರೀಕರಣ ಮತ್ತು ನಗರೀಕರಣದ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಬಿದ್ದಂದಿನಿಂದ ಮನುಷ್ಯ ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೊಂದಿಗೆ ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನೂ ಹುಟ್ಟು ಹಾಕಿ ಅದನ್ನೇ ನೆಚ್ಚಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ. ಕಾರಣ, ನಗರೀಕರಣ ಮತ್ತು ಕ್ರಮೇಣವಾಗಿ ಕಾಲೂರುತ್ತಿದ್ದ ಗೋಳೀಕರಣದ ಆಮಿಷಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸಲು ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಂಶಗಳು ತಡೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದುವು. ಇಲ್ಲವೇ ಅದರ ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಆಮಿಷಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸಲು ಸಾಕಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಅದಕ್ಕೆ ಸಮಜಾಯಿಶಿ ಎಂಬಂತೆ ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿದ–ನೆಚ್ಚಿದ. ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ನಶೆಯ ಆನಂದವನ್ನು ನೀಡಿದ್ದವು. ಅವುಗಳ ಅಮಲಿನಿಂದ ಹೊರ ಬರುವ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಮಾಡದೇ ತನ್ನಿಷ್ಟಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ತತ್‌ಕ್ಷಣದ ಬೇಕುಗಳಿಗೆ ಅದನ್ನು ಹಿಗ್ಗಿಸುತ್ತಾ ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಿಂದ ತಾನು ಪಡೆದಿದ್ದನ್ನೆಲ್ಲಾ ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಬೆಳಕಿನಲ್ಲಿ ನೋಡ ತೊಡಗಿದ. ಇಲ್ಲೇ ಶುರುವಾದದ್ದು ದಾಸ್ಯ! ಹೀಗಾದದ್ದೇ ಪರ್ಯಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಹೆಜ್ಜೆಗುರುತುಗಳನ್ನು ನಿಚ್ಚಳವಾಗಿ ಮೂಡಿಸಿಬಿಟ್ಟಿತು ಮಾಧ್ಯಮ. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೂ ಇದರಿಂದ ಲಾಭವೇ ಇತ್ತು. ಈ ಹಿಂದೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ಬಂದಂಥ ಸಿಡಿ, ಡಿವಿಡಿ, ಯುಎಸ್‌ಬಿ ಡ್ರೈವ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಈಗ ಕೇವಲ ವಾಹಕವಾದವು(ಮೀಡಿಯಂ). ಅವುಗಳಿಗೆ ಬೇಕಿರುವ ಪಠ್ಯಗಳು ಮಾಧ್ಯಮವಾದವು! ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೇ ಪರ್ಯಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಉತ್ಪಾದಕಗಳಾದವು. ಈಗೀಗಲಂತೂ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಸ್ಥಾನಮಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡು ನಿತ್ಯೋಪಯೋಗಿ ಸರಕುಗಳಿಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಉಪಯೋಗಕಾರಿಯೆಂಬ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಸಾರಿಬಿಟ್ಟಿವೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ತನ್ನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಒಮ್ಮೆಲೇ ಸಾಕಷ್ಟು ಜನರನ್ನು ತಲುಪುವ ಶಕ್ತಿಯಿರುವ ಇದಕ್ಕೆ ತಾನು ಕಳುಹಿಸಿರುವ ಮಾಹಿತಿ ಯಾರನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಯಾವ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಹ್ಯಾಗೆ ತಲುಪುತ್ತಿದೆಯೆಂದು ಖಾತ್ರಿಯಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಮತ್ತು ತಾನು ಕಳುಹಿಸುವ ಮಾಹಿತಿಯು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ ಎಂಬ ವಿಶ್ವಾಸವೂ ಅದಕ್ಕಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ತಜ್ಞರ ಮೂಲಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಹರಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಗೆ ತಜ್ಞರ ಮಾತಿನ ಮೇಲಿನ ನಂಬಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾದುದರಿಂದ ಅವರು ತೂಗಿ ಸೋಸಿ ಬಂದ ಈ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಿಂದಲೇ ತಮ್ಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಹೊರ ಹಾಕುತ್ತಾರೆ. ಇನ್ನೂ ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕೆಂದರೆ ಈ ಅಭಿಪ್ರಾಯಕ್ಕೇ ಹೆಚ್ಚು ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಆ ನಂತರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಇವರೂ ಕೂಡ ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ಮಗದೊಬ್ಬರಿಗೆ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಜ್ಞರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಈ ಸುಳಿ ಹಿಗ್ಗುತ್ತಲೇ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯಗಳ ಬಗೆಗಿನ ಚರ್ಚೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಭಾತ್ಮೀದಾರ ಹೇಳುವುದಕ್ಕಿಂತ ರಾಜಕೀಯ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು, ಪ್ರಸಿದ್ಧ ವಿಶ್ಲೇಷಕರು ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನ್ನಾಡಿದಾಗ ಅದರ ಬಗೆಗಿನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಹೆಚ್ಚು ಗುಣಾತ್ಮಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ತನ್ನೊಳಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ–ಬಲವಂತವಾಗಿ ಎಂದು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳದೇ!–ರೀತಿ ಆಶ್ಚರ್ಯಕರವಾದದ್ದೇ. ಈ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಜ್ಞರು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರದವರೇ ಆಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಅಥವಾ ಕಾಲಕ್ರಮೇಣದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವೇ ಅಂಥವರನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ಉದಾಹರಣೆಯೆಂದರೆ, ತಾನು ಕೋಟ್ಯಾಂತರ ರೂಪಾಯಿ ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಹಾಕಿ ಕೊಂಡಿರುವ ಸಿನೆಮಾ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಓಡಲಿ/ಹಣಗಳಿಸಲಿ ಎಂದು ತಜ್ಞರನ್ನು ಕರೆಯಿಸಿ ಅದರ ಪರವಾಗಿ ಮಾತನ್ನಾಡುತ್ತಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಬಗೆ.ಕಾರಣ, ಸಿನೆಮಾ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಲ್ಲಿ ಚೆನ್ನಾಗಿ ನಡೆದರೆ ಮುಂದೆ ತಾನು ಅದನ್ನು ಬಳಸುವಾಗ ಹೆಚ್ಚು ಹಣವನ್ನು ಗಳಿಸಬಲ್ಲೆನೆಂಬ ಒಳಗುಟ್ಟು ಅದಕ್ಕೆ ಚೆನ್ನಾಗಿಯೇ ತಿಳಿದಿದೆ.

ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಬರುವ ಎಲ್ಲಾ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಸೋಸಿ ತೆಗೆದು ಆ ದಿನಕ್ಕೆ ಆಯಾ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು, ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತವೆ. ಯಾವ ವಿಷಯ/ಪಠ್ಯವನ್ನು ಯಾವಾಗ ಹೊರಗೆಡುಹಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮವೇ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಸದಾ ಸರ್ವ ಜನರು ತನ್ನ ಮೇಲಿನ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳದಿರಲು ಬೇಕಾದ ಎಲ್ಲಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅದು ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಯಾವ ವಿಷಯವನ್ನು ಎಷ್ಟು ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಹ್ಯಾಗೆ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಬೇಕೆಂದು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಗೊತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲವಾದಲ್ಲಿ ಜನರು ಬಂದ ಮಾಹಿತಿಗೆ ತಕ್ಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಕೊಡದೇ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬದಿಗಿರಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೇ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ನಾವು ಈ ದಿನದ ನಮ್ಮ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಇಂಥದ್ದೇ ವಿಷಯವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಬೇಕೆಂದು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ನಮ್ಮನ್ನು ಆಳುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ನಾವು ಹಾಗೆಯೇ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಹೊಸದಾಗಿ ಬಂದ ಚಲನಚಿತ್ರದ ಬಗ್ಗೆಯೇ ನೋಡುವುದಾದರೇ, ಅಲ್ಲಿ ಮೂಡಿ ಬಂದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ಬಗ್ಗೆಯೇ ನಮ್ಮ ಚರ್ಚೆಯು ಸಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ, ಅಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ನಮ್ಮ ಚಿಂತನಾ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮವು ವ್ಯಾಪಿಸಿಬಿಟ್ಟಿದೆ.

ಇಂಥಾ ವಿಶೇಷಣಗಳನ್ನು ಸಾರುವ ಈ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ವಕ್ತಾರವಾಗಿದೆ. ಇದು ಹೆಚ್ಚು ಜನರನ್ನು ತಲುಪಿರುವ ಸಮೂಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿ. ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಕೌಶಲಗಳನ್ನು ತನ್ನೊಳಗೆ ಮೈಗೂಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿ. ಇದು ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿ ಆರ್ಥಿಕ ಜಗತ್ತಿನ ಕೊಡುಗೆ. ಇಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಅದರಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಅಧಿಕಾರವಿದ್ದು ಕೆಲವರಿಗಷ್ಟೇ ಅದರ ಲಾಭವನ್ನು ಸವಿಯುವ ಅವಕಾಶವಿರುತ್ತದೆ.ಇನ್ನು ಮಿಕ್ಕ ಹಲವರು ಅದರ ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಆನಂದಿಸುವ ಆ ಮೂಲಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡಿ ಮದ್ಯಮದ ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭವನ್ನು ಇಮ್ಮಡಿಗೊಳಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಜಾಹೀರಾತಿನ ಪ್ರಸಾರ. ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನಿನ ಬಗೆಗಾಗಲೀ, ಮೈಗೆ ಒಸರಿಕೊಳ್ಳುವ ಅತ್ತರಾಗಲೀ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಆ ವಸ್ತುವಿನ ಬಗೆಗೆ ಆಸೆ ಬರುವಂತೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ಆಗ ನಮ್ಮ ಕಷ್ಟ ಏನೇ ಇರಲಿ ಮೊಬೈಲ್‌ನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಮನಸ್ಸಾಗುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ಹಿಡಿತವನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮವು ತನ್ನ ಪಥ್ಯದಿಂದ ಸಾಧ್ಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇನ್ನೂ ಸುಲಭದಲ್ಲಿ ಹೇಳಬೇಕೆಂದರೆ.ಜನ ಸಮೂಹಕ್ಕಾಗಿ, ಸಮೂಹ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಉತ್ಪಾದಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಸಮೂಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೇ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿ. ಹಾಗಾಗಿ ಇದು ವಿಪರೀತ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕವಾಗಿದ್ದು ಜನಸಮುದಾಯವನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಹಿಡಿತಕ್ಕೆ ಸಿಲುಕಿಸುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳದೇ ಬೇರೆ ದಾರಿಯೇ ಇಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ನಾವು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದು ನಮ್ಮ ಜೀವನ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತೀರ ಅಗತ್ಯವೆಂಬುದನ್ನು ಹೇಳಿಯಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್. ಅದರಲ್ಲಿ ಏನೆಲ್ಲಾ ವಿಶೇಷತೆಗಳಿವೆಯೆಂದರೆ ನಾವು ಎಷ್ಟೋ ಬಾರಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಆದರೂ ಅವುಗಳು ನಮ್ಮ ದಿನನಿತ್ಯದ ಬಳಕೆಗೆ ತೀರಾ ಬೇಕಾದವು ಎಂದು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು

ಹೇಳಿರುವುದರಿಂದ ಪ್ರತಿನಿತ್ಯವೂ ಅದನ್ನು ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಹೇರುವುದರಿಂದ ನಾವು ಸಾಲ ಮಾಡಿಯಾದರೂ ಅದನ್ನು ಕೊಳ್ಳಲು ತಯಾರಾಗುತ್ತೇವೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವಂಥ ಅಭಿರುಚಿಗಳು, ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಇವುಗಳ ಪ್ರತಿಫಲನದ ಅಧ್ಯಯನವೇ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಅಥವಾ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಧ್ಯಯನ. ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಸಂವಹನೆ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಮ್ಮಿಲನವೇ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಅಧ್ಯಯನ ಅಥವಾ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಧ್ಯಯನ. ೧೯೬೦ರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕ್ರಾಂತಿಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಲ್ಪಟ್ಟು ಬೇರೆ ಇನ್ನಿತರೆ ಅಧ್ಯಯನಗಳ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನೂ ಬದಲಾಯಿಸಿಬಿಟ್ಟಿತು. ಆ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅಭಿರುಚಿಗೆ ತಕ್ಕಹಾಗೆ ಉನ್ನತ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಕೆಳ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೆಂದು ಸಮಾಜವನ್ನು ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿತ್ತು.ಎರಡನೇ ಮಹಾಯುದ್ಧವು ಈ ವಿಂಗಡನೆಯನ್ನು ರಾಜಕೀಯ ಪ್ರೇರಿತವಾದದ್ದೆಂದು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಿ ಯಾವುದೇ ಅಭಿರುಚಿಯಿಂದಾಗಲೀ ಅಥವಾ ವಿಚಾರಶಕ್ತಿಯಿಂದಾಗಲೀ ಪ್ರೇರೇಪಿತವಾಗಿಲ್ಲ ವೆನ್ನುವುದು ದೃಢಪಟ್ಟಿತು. ಮುಖರ್ಜಿ ಮತ್ತು ಶುಡ್‌ಸನ್ ಅವರು ೧೯೭೦ ಮತ್ತು ೧೯೮೦ರ ದಶಕದ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪುನರ್ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವನ್ನು ಮಾಡಿ ಈ ನಿಲುವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿದರು. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಕೆಳಮಟ್ಟದ್ದು ಮತ್ತು ಮೇಲ್ವರ್ಗದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಉನ್ನತಮಟ್ಟದ್ದು ಎಂಬ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಇವರ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿತು. ಹೀಗಾಗಿ ಬಹುಬಗೆಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾದ ಕಾಮಿಕ್ ಪುಸ್ತಕ, ಕಿರುತೆರೆ, ಅಂತರ್ಜಾಲ ಮುಂತಾದವುಗಳೆಲ್ಲವೂ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಧ್ಯಯನದ ಪರಿಧಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟವು.

೧೯ನೇ ಶತಮಾನದ ಕೈಗಾರೀಕೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಮಾಜದ ಕಲ್ಪನೆ ಚಾಲ್ತಿಗೆ ಬಂದಿತು. ಕೈಗಾರೀಕೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೈಗಾರಿಕರಣ, ನಗರೀಕರಣ, ಕಾರ್ಮಿಕ ವರ್ಗೀಕರಣವನ್ನಲದೇ ಸಾಮೂಹಿಕ ರಾಜಕೀಯ ಚಳುವಳಿಗಳಿಗೂ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರಗಳಿಗೂ ಕಾರಣವಾಯಿತು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ಸಂವಹನ ಪದ್ಧತಿಗಳನ್ನೂ ಹುಟ್ಟುಹಾಕಿತು. ಆರ್ಟೆಗಾ ಗೆಸೆಟ್ ಮತ್ತು ಮುಂತಾದವರು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಅಸಂಸ್ಕೃತರಾದ, ಅಭಿರುಚಿಹೀನ ಜನರಿಂದ ಕೂಡಿದ್ದು ನೈತಿಕವಾದ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾದ ಆಧಾರಕೇಂದ್ರಗಳು ಈ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಇಲ್ಲವೆಂದರು. ಈ ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೊಂದಿಗೆ ದೂರವಿದ್ದರೇ ಕಲೆಯು ಜೀವಂತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದರು. ದಂತಗೋಪುರದಲ್ಲಿ

ಕಲೆಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟು ಉಳಿಸಿ–ಬೆಳೆಸಬೇಕೆಂಬುದೇ ಇವರ ದನಿಯಾಗಿತ್ತು. ಇವರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಕಲೆಯು ಪವಿತ್ರವಾಗಿದ್ದು ತನ್ನದೇ ಸ್ವಾಯತ್ತತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ವಾಣಿಜ್ಯೀಕರಣಗೊಂಡ ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಸಂಬಂಧವಿಲ್ಲವೆಂದರು. ಕೆಳ ಮತ್ತು ಉನ್ನತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಳ ಪುನರ್–ಮನನವೇ ಇವರ ಸಿದ್ಧಾಂತವಾಗಿತ್ತು. ಕೈಗಾರೀಕೀಕರಣದ ಕೊಡುಗೆಯಾದ ನಗರೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಈ ವರೆಗೂ ಸಮಾಜವನ್ನು ಒಟ್ಟಂದದಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದ ಧರ್ಮ, ನೈತಿಕತೆ, ಮಾನವ ಸಂಬಂಧಗಳು ಮತ್ತು ಮೇಲಾಗಿ ಕುಟುಂಬದ ರಚನೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಛಿದ್ರವಾಗಿ ನಗರೀಕರಣದ ಹೊಸ ಆಸೆಯ ಬಲೆಗೆ ಸಮಾಜವು ಬಿದ್ದಾಗಿತ್ತು. ಆರ್ಟೆಗಾ ಮತ್ತಿನ್ನಿತರರು ಈ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಅವರು ಕೊಟ್ಟಿರುವ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವು ಮೇಲಿನದ್ದಾಗಿದೆ. ಈ ಉಲ್ಲೇಖವನ್ನು ಅಲೆನ್ ಸ್ವಿಂಜ್‌ವುಡ್‌ನ 'ಮಾಸ್ ಕಲ್ಚರ್'(೧೯೭೭:೫–೮)[೧೨] ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಇದು ಕುಲೀನ/ಶ್ರೀಮಂತ ಪ್ರಭುತ್ವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ತದ್ವಿರುದ್ಧವಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಫ್ರಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಪರಂಪರೆಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರಾದ ಟಿಯೋಡರ್ ಅಡಾರ್ನೊ, ಮ್ಯಾಕ್ಸ್ ಹಾರ್ಕ್ ಹೈಮರ್ ಮತ್ತು ಹರ್ಬರ್ಟ್ ಮಾರ್ಕ್ಯೂಸ್ ಅವರು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಸಮೂಹವು ಗ್ರಾಹಕ–ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಯ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯಿಂದ ಸುತ್ತುವರಿಯಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಸಮಾಜವನ್ನು ತನ್ನ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡ ಒಂದು ವರ್ಗದ ಪ್ರಭುತ್ವವು ಇಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಬರುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಗ್ರಾಮ್ಸಿ'ಯ[೧೩] ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪ್ರಭುತ್ವದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಳುತ್ತದೆ.

ಬಂಡವಾಳಶಾಯಿ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸಾಮಾನ್ಯನಿಗೂ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೊಂದಿಗಿನ ಒಡನಾಟಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶವಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರಭುತ್ವದ ಪ್ರಶ್ನೆಯಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಮೇಲ್‌ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಜನರ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಸುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಾಮಾನ್ಯತೆಯನ್ನು ಇದು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುತ್ತದೆ. ಮನುಷ್ಯ ತಾನು ಬೆಳದ ಹಾಗೆಲ್ಲಾ ತನ್ನ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೂ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಒಡನಾಟವಿಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಆತನ ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕು ಎಂದು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ನಂಬುಗೆ.

ಈ ಮೇಲಿನವು ಪಾರಂಪರಿಕವಾದ ವಾದಗಳಾದರೆ ಈಗಿನ ದಿನಮಾನದಲ್ಲಿ ಸಾಮೂಹಿಕ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅರ್ಥವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ಮೇಲಿನ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತದೆ. ಅದರೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಗ್ರಹಿಕಾ ಶಕ್ತಿ ಇದ್ದು ಯಾವುದನ್ನೂ ಪ್ರಶ್ನೆ ಮಾಡದೇ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ವಿನಮ್ರರಾಗಿ ಯಾವುದನ್ನೂ

ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಏಕರೂಪದ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯರು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರಿಗೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವಾಗಿದೆ.ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಅಥವಾ ಕೆಲವು ಆಸಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಚ್ಚೆ ಹಾಕುವುದು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಒಂದು ಕ್ಷೇತ್ರವಾದರೆ ಅದನ್ನು ಪ್ರಯೋಗಿಸುವವರು ಅಥವಾ ಅದನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವವರು ಆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಹಿಂಬಾಲಿಸುವ ಗುಂಪಿನವರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗೆಂದ ಮಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅವರೇ ಆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ವಾರಸುದಾರರಾಗಬೇಕಿಲ್ಲ. ತಮ್ಮ ಮೈಮೇಲೆ ಚಿತ್ತಾರ ಕಾಣಿಸುವ ಅಭಿರುಚಿಯ ಈಗಿನ ಪಡ್ಡೆ ಹುಡುಗರೂ ಕೂಡ ಆ ಗುಂಪಿನಲ್ಲಿ ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗುತ್ತಾರೆ. ಅವರೇ ಈ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭುತ್ವವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲೂಬಹುದು.ಥರಹೇವಾರಿ ಆಕೃತಿಗಳನ್ನು–ಪಾರಂಪರಿಕ ಆಕೃತಿಗಳನ್ನೂ ಮೀರಿರುವ ಚಿತ್ತಾರಗಳನ್ನು ಹಾಕಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಪಾರಂಪರಿಕ ಚಿತ್ತಾರವನ್ನು ಮೀರಿದ್ದರಿಂದ ಅದು ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಭಾಗವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಅದು ಆ ದಿನದ ಅಭಿರುಚಿಯ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿ ಮೂಡಿದ ಚಿತ್ತಾರ.ಅದೇ ರೀತಿ ಪುರಂದರದಾಸರ 'ಭಾಗ್ಯದ ಲಕ್ಷ್ಮಿ ಬಾರಮ್ಮ' ದೇವರನಾಮವನ್ನು ಈಗಿನ ಅಭಿರುಚಿಗೆ ತಿರುಚಿ 'ಪಕ್ಕದ ಮನೆಯ ಲಕ್ಷ್ಮಿ ಬಾರಮ್ಮ' ಎಂದು ಹಾಡಿದಾಗ ಅದೂ ಕೂಡ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಭಿರುಚಿಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಯಾಗುತ್ತದೆ.ಕಾರಣ ಈ ಎಲ್ಲವೂ ಸಂವಹನೆಯಾಗುವುದು. ಅವು ಆ ಕಡೆಯಿಂದ ಹರಿದು ಬಂದಾಗ ಈ ಕಡೆಯ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ಮಾನಸಿಕ ಪಟಲಗಳು ತೆರೆದುಕೊಂಡು ಅದರ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು. ಈ ಎಲ್ಲವೂ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಉದಾಹರಣೆಗಳೇ! ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದುದ್ದೇನೆಂದರೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುವ ಪ್ರಕಾರಕ್ಕೂ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೂ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧಿ ಕೊಡು–ಕೊಳ್ಳುವ ಕೊಂಡಿಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು.

ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಆಯಾಮಗಳಿವೆ ಎಂದು ನಾವು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡರೂ ಸಮಾಜದ ಯಾವೊಬ್ಬರೂ ಏಕರೂಪದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ದಾಸರಾಗುವುದಿಲ್ಲವೆಂದು ಹೇಳಿದರೂ ಪ್ರಭಾವಿ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ನಾವೆಲ್ಲರೂ ತಲೆಬಾಗುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ 'ಮಾಲ್ ಸಂಸ್ಕೃತಿ'. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಯಲ್ಲಿ ದಿನಸಿ ತರುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಒಗ್ಗಿಕೊಂಡಿದ್ದ ನಾವು ಈಗ ಸಕಲ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನೂ ಪೂರೈಸುವ ಮಾಲ್ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಮಾರುಹೋಗಿದ್ದೇವೆ. ದಿನಸಿ ಮಾರುವ ಪದ್ಧತಿ ಮತ್ತು ಮಾರುವವ ನಶಿಸಿಹೋಗುತ್ತಾನೆನ್ನುವುದು ಕೇವಲ ಸಿದ್ಧಾಂತವಾಗಿ ಉಳಿದಿದೆ. ಭಾಷೆಯ ಉಪಯೋಗ ಮತ್ತು ಅದರ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತನ್ನ ಬಳಿಯೇ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದ

ಮೇಲು ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಜನಪದ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಆಗಿಂದಾಗಲೇ ಆಗುತ್ತಿದ್ದ ವಿಸ್ತರಣೆ ಮತ್ತು ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಸಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಲಿಲ್ಲ. ಒಂದು ಭಾಷೆಯ ಪತ್ಯಕ್ಕೆ ಇದೇ ತೆರನಾದ ಅರ್ಥವಿರಬೇಕೆಂದು ಹೇಳಿ ಅದನ್ನೇ ಕೆಳ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯವರು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಬಯಸಿದವರಿಗೆ ಜನಪದರಲ್ಲಿನ ವಿಸ್ತಾರವಾದ ಅರ್ಥವಂತಿಕೆಗೆ ಬೆಚ್ಚಿಬೀಳುವಂತಾಯಿತು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ತಾವು ನೀಡಿದ್ದ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಹೊರತಾಗಿ ಮತ್ತು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಅರ್ಥಗಳು ಬೆಳೆದರೆ ತಮ್ಮ ಪ್ರಭುತ್ವಕ್ಕೇ ಧಕ್ಕೆಯುಂಟಾಗಬಹುದೆಂದು ಮನಗಂಡು ಭಾಷೆಯನ್ನು ಕಣ್ಣಿನಲ್ಲಿ ಕಂಡರೆ ಯಾವುದೇ ಅರ್ಥಗಳ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ಪ್ರಭುತ್ವ ಸಾರಬಹುದೆಂದು ತರ್ಕಿಸಲಾಯಿತು. ಆಗ ಭಾಷೆ ಲಿಪಿಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಒಡಮೂಡಿತು. ಕುಲೀನ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಈ ತರ್ಕ ಇನ್ನಿತರೆ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತೆ ಎಂಬ ಅಂದಾಜು ಯಾರಿಗೂ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಅಷ್ಟೇ ಯಾಕೆ, ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕೃತಿ ತಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನೇ ಕಳೆದು ಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆಂದೂ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ದಕ್ಕುವ ಹೊಸ ರೂಪ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಎಂದೂ ಅನಿಸಿರಲಿಲ್ಲ.

ಈ 'ಕಂಡದ್ದು ಸತ್ಯ' ಎಂಬ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಶುರುವಾದದ್ದೇ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ತಳಹದಿಯನ್ನು ಗಟ್ಟಿ ಮಾಡಿಸಿತು. ಕಾರಣ, ಭಾಷೆಯನ್ನು ಮೊದಲು ಆಡಿ ಕೇಳಿ ಅದರ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ರಾಜಕೀಯ ಚಳುವಳಿಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ನಗರೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಚಾಲನೆ ಸಿಕ್ಕಾಗ ಮನುಷ್ಯನ ಸಂಬಂಧಗಳ ಬಗೆಗೇನೇ ಅನುಮಾನಗಳು ಪ್ರಾರಂಭವಾದಾಗ ಕೆಳವರ್ಗದವರ ಮೇಲೆ ಮೇಲ್ವರ್ಗದವರ ಅನುಮಾನಗಳು ಹೆಚ್ಚಾದವು. ಪತ್ಯದ ಮೂಲಗ್ರಹಿಕೆ ತನ್ನದೇ ಇರಬೇಕೆಂಬ ಪ್ರಭುತ್ವದ ಅಹಂಗೆ ಭಾಷೆಯು ಮೊದಲ ಆಹುತಿಯಾಯಿತು. ಕೆಳವರ್ಗ ದವರು ಆಡುವ ಭಾಷೆಗೆ ವಿಭಿನ್ನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳನ್ನು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಸುವಾಗ ಆದಂಥ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಇದು. ಬೌದ್ಧಿಕ ಹಕ್ಕು ಕೆಳವರ್ಗದವರಿಗೆ ದಕ್ಕಬಾರದೆಂದು ಮೇಲ್ವರ್ಗದವರಿಗೆ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಲಿಪಿಯ ರೂಪಕ್ಕೆ ತಂದರು. ಬ್ರಿಟಿಷರು ಭಾರತಕ್ಕೆ ನುಗ್ಗಿದಾಗ ಕೋರ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷಿ ಹೇಳುವುದನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿದರು. ಸತ್ಯವನ್ನು ಒಪ್ಪಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಭಗವದ್ಗೀತೆ ಮತ್ತು ಖುರಾನ್ ಅನ್ನು ಪ್ರಮಾಣ ವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡರು. ಅದರ ಮೇಲೆ ಪ್ರಮಾಣ ಮಾಡಿ ಸತ್ಯವನ್ನೋ ತಾವು ಮಾಡಿದ ಕರ್ಮವನ್ನೋ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆಂದ ಮೇಲೆ ಅದರಲ್ಲಿ ಮಹತ್ತರವಾದದ್ದೇನಿರಬಹುದೆಂದು ಕೇಳಿದಾಗ ಪಂಡಿತರು ಅವುಗಳ ಸಾರವನ್ನು ಹೇಳಿದರೂ ನಂಬದ ಹೇಸ್ಟಿಂಗ್ಸ್ ಅವುಗಳನ್ನು ಅನುವಾದಿಸಿದ. ಅಂದರೆ 'ನೋಡಿದ್ದು ಸತ್ಯ' ಎಂಬ ಮಾತಿಗೆ ಇಂಬು ಸಿಕ್ಕಂತಾಯಿತಲ್ಲವೇ? ಮೇಲ್ವರ್ಗದ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ತನ್ನ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕೆಳವರ್ಗದವರ ಮೇಲೆ ಹೇರಲು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡಿತು.

೨.೫. ಬಹುತತ್ವವಾದ

ಬುದ್ಧಿಜೀವಿಯು ಕೆಳವರ್ಗದ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸಲು ಶಕ್ಯನಿರುತ್ತಾನೆ ಆದರೆ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರು ಬೌದ್ಧಿಕ ತಳಹದಿಯ ವಾದಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುವ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಏರಲಾರ ಎಂಬುದೇ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ವಾದ. ಥಾಮಸ್ ರಾಬರ್ಟ್ಸ್ ತನ್ನ 'ಆ್ಯನ್ ಏಸ್ಥೆಟಿಕ್ಸ್ ಆಫ್ ಜಂಕ್ ಫಿಕ್ಷನ್'[೧೪] ಎಂಬ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಹೀಗೊಂದು ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ಪುಷ್ಕಿನ್ ಮತ್ತು ಗಯಟೆಯನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಶಕ್ತಿಯುಳ್ಳ ಓದುಗರು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಸಾಮರ್ಥ್ಯದಿಂದ ಪತ್ತೇದಾರಿ ಕಾದಂಬರಿಗಳನ್ನು ಓದಬಲ್ಲವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಅವರಿಗೆ ಆ ಪತ್ತೇದಾರಿ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಬರಹಗಾರನಿಗೂ ಸಿಗದ ಪಠ್ಯದ ವಿಮರ್ಶಕನಿಗೂ, ಓದುಗರಿಗೂ ಸಿಗದ ವಿಭಿನ್ನಾರ್ಥಗಳು, ಆನಂದಗಳು ಹೊಳೆಯುತ್ತವೆ. ಬೌದ್ಧಿಕ ಪ್ರಭುತ್ವವು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಅಳೆಯುವ ರೀತಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಹೀಗಳೆಯುವ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಇದಾಗಿದೆ.

ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಶುದ್ಧ ಕಲೆಯ ಅವಸಾನವನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಕುಲೀನ ಭವಿಷದ್ದರ್ಶನದ ನಿಲುವು. ಜನಪ್ರಿಯ ಮತ್ತು ಶುದ್ಧ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ನಡುವಿನ ಗೆರೆಯನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಕಾಣಿಸುವುದೇ ಈ ನಿಲುವಿನ ಉದ್ದೇಶ. ಆದರೆ ಇವೆರಡರ ಮಧ್ಯೆ ಇರುವ ಕಂದರವು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ ಮತ್ತು ಎರಡೂ ಒಂದರೊಳಗೊಂದು ಸೇರಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಹತ್ತೊಂಭತ್ತನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಕಲೆಯು ಆಯ್ದ ಕೆಲವೇ ಗುಂಪುಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿತ್ತು. ಆ ಸಮುದಾಯವೇ ಕಲೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಕಲೆಯ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ತೀರ್ಮಾನಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಆಗಮನದಿಂದಾಗಿ ಬೌದ್ಧಿಕ ಜಗತ್ತಿನ ಈ ಸ್ವಾಯತ್ತ ನಿಲುವಿಗೆ ಅಡಚಣೆಯಾಯಿತು. ಕಾರಣ ಸಮುದಾಯದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯನೂ ಕೂಡ ಕಲೆಯೊಳಗೆ ಹೊಕ್ಕು ತನಗೆ ಬೇಕೆನಿಸಿದ ರೂಪವನ್ನು ಬಯಸತೊಡಗಿದೆ ಹಾಗೂ ನೀಡತೊಡಗಿದ. ಈ ವರೆಗೂ ಬೌದ್ಧಿಕ ಜಗತ್ತಿನ ಏಕಧ್ವನಿಯ ಸಾರ್ವಭೌಮತ್ವ ಕರಗಿ ಎಲ್ಲರೂ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಂಥ ಸ್ಥಿತಿ ಏರ್ಪಟ್ಟಾಗ ಅದು ಕೇವಲ ವಿಕೇಂದ್ರಿತ ಧ್ವನಿಗಳ ಸಂಘರ್ಷವಾಗಿ ಅನೇಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಯಿತು.

ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಿದ್ದ ಹೊಸತನಗಳನ್ನು ನೋಡುವ, ಹಳೆಯದನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಿಸಿ ಪ್ರತಿಯಾದದ್ದನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಮೇಲ್ವರ್ಗದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ವಕ್ತಾರರು ಕಠಿಣವಾಗಿಯೇ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಯಿತು. ಮೇಲ್‌ಸಂಸ್ಕೃತಿಗಿದ್ದ ಮಹಾ ಕಥಾನಕಗಳು ಇಲ್ಲವಾದರೂ ಸಾಮಾನ್ಯನ

ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಹಾದುಹೋಗುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ಭಾಷಿಕ ಪಠ್ಯಗಳು ಲಭ್ಯವಾದವು. ಭಾಷೆಯೂ ಕೂಡ ಬದಲಾದ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡು ಅನೇಕವುಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಕೊಡು-ಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸಿ ತನ್ನದೇ ರೂಪ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿತು. ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಆಯಾ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೆ ಬೇಕಾಗುವ ರೂಪವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡವು. ಕಾರಣ, ಮನುಷ್ಯ ಭಾಷೆಯ ಅವಿಚ್ಛಿನ್ನತೆ ಅಥವಾ ಸಂವಹನದ ಪವಿತ್ರ ರೂಪ ಇತ್ಯಾದಿ ಯಾವುದನ್ನೂ ಕೇಳುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಅವನಿಗೆ ಬೇಕಾಗಿದ್ದು ತಾನು ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದು ಹ್ಯಾಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ.ತನ್ನ ಮಾಧ್ಯಮ ಹ್ಯಾಗೆ ಅನುಕೂಲಸಿಂಧುವಾಗಿದೆ ಎಂಬ ಏಕ ಗವಾಕ್ಷಿಯ ತರ್ಕ. ತನ್ನ ಸಂವಹನೆಯ ಸುಲಭಕ್ಕಾಗಿ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೊರೆ ಹೋಗಿದ್ದಾನೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಭಾಷೆಯನ್ನೂ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿಸಿದ್ದಾನೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಎಸ್‌ಎಂಎಸ್ ಭಾಷೆ. ಇಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಂತರ್ಮುಖಿಯಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅವನ ಮಾತಿನ ಧಾಟಿಯಲ್ಲಿ, ಸಂವಾದದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ 'ನನ್ನ ಅನಿಸಿಕೆ', ನಾನು ಅಂದುಕೊಂಡಂತೆ', 'ನಾನು ಕಂಡ ಹಾಗೆ' ಎಂಬ ತನ್ನಲ್ಲಿನ ಧೋರಣೆಯೇ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮಾಜದೊಂದಿಗಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನ ಮೊಟಕುಗೊಳಿಸಿದ್ದಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಣ್ಣ ಸಣ್ಣ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಗುಂಪುಗಳನ್ನು/ಸಮುದಾಯಗಳನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಈ ತರ್ಕದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಕೂಡ ತಮ್ಮ ಪಠ್ಯವನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತಿರುತ್ತವೆ-ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಮೊದಲು ಆತ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ ಆನಂತರ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಾಗುತ್ತಾನೆ/ಓದುಗನಾಗುತ್ತಾನೆ/ ಶ್ರೋತೃವಾಗುತ್ತಾನೆ.

ಈ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಅದರ ಸದಸ್ಯರ ನಿಕಟ ಸಂಪರ್ಕವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಹರಿವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಭೌಗೋಳಿಕ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲೇ ಸಾಗುವುದರಿಂದ ಅಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ನಂಟು ಇರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ ಆ ಹಂಗಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಅದು ಭೌಗೋಳಿಕ ಎಲ್ಲೆಗಳನ್ನು ಮೀರಿ ತನ್ನ ಬಾಹುಗಳನ್ನು ಚಾಚಿದೆ. ತಾನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಸರಕನ್ನು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಮುಟ್ಟಿಸುತ್ತದೆ. ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ತನ್ನ ಮೋಡಿಯಲ್ಲಿ ಸಿಕ್ಕಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಆಶಯಗಳು ಹಾಗಲ್ಲ. ತನ್ನ ಸೀಮಿತ ನೆಲೆಯಲ್ಲೇ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅವಿಚ್ಛಿನ್ನ ಅಂಶಗಳಾದ ಮೌಲ್ಯಗಳು, ನೀತಿ ನಡತೆಗಳು, ನಂಬಿಕೆಗಳು ಆಚರಣೆಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸಂಭಂದಿಸಿದ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಕಾಪಾಡಿ ಮುನ್ನಡೆಸಲಿ ಎಂಬ ಸದುದ್ದೇಶವೊಂದೇ ಅದಕ್ಕಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪಾರಿಜಾತದ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು ಒಂದೇ ಊರಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿವರ್ಷವೂ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದರೂ ಯಾರಿಗೂ ಬೇಸರವಾಗುತ್ತಿದ್ದಿಲ್ಲ. ಯಾರಿಗೂ ಬೇಡವೆನಿಸುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ

ಪಠ್ಯವು ಕಾಲಾನುಕಾಲಕ್ಕೆ-ಸಂದರ್ಭಕ್ಕನುಸಾರವಾಗಿ ಹೊಸ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದುದು. ಆ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಯಾವ ಪರೋಕ್ಷ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಬಳಸದೆಯೇ ತಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಅಲ್ಲಿ ಕೊಳ್ಳುವ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಿರಲಿಲ್ಲ. ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಹಾಗಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲವೂ ಬಂಡವಾಳ ಪ್ರೇರಿತ. ಕೆಲವು ನೇರವಾಗಿದ್ದರೆ ಇನ್ನೂ ಕೆಲವು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪಡೆದಂಥವು.

ಮೇಲಿನ ಕೆಲವು ಸತ್ಯಗಳನ್ನು ಓದಿದಾಗ ಮಾಧ್ಯಮ ಬಗೆಗಿನ ಮಾರ್ಕ್ಸ್‌ನ ಮಾತುಗಳು ಸತ್ಯವೆನಿಸುತ್ತವೆ. ಆತ ಹೇಳಿದ್ದಿಷ್ಟೇ.ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಸಂಕಲ್ಪದಲ್ಲಿ ಮೂಡಿದ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಅಂಶಗಳಾದ ಕಲೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು. ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಿಂದ ಬೇರ್ಪಟ್ಟು ಮನುಷ್ಯರಿಂದ ದೂರ ವಾಗುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾದಾಗ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಎಲ್ಲ ಅಂಶಗಳು ಕಲೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಕೇವಲ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಮತ್ತು ದೌರ್ಜನ್ಯಕ್ಕಾಗಿ, ದಬ್ಬಾಳಿಕೆಗಾಗಿ ಮಾತ್ರ ಬಳಸಲ್ಪಡುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಗಳ ಕೈಯಲ್ಲಿರಬಾರದು. ಅವು ಯಾವತ್ತೂ ಕೂಡ ದುಡಿಯವವರ ಆಶಯವನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಗಳು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಕನಸುಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವುದಷ್ಟೇ ದುಡಿಯುವವರ ಕಸುಬಾಗುತ್ತವೆ. ಮತ್ತು ಅವರನ್ನು ಇನ್ನೂ ದೌರ್ಜನ್ಯಕ್ಕೆ ದಬ್ಬಾಳಿಕೆಗೆ ತಳ್ಳಲ್ಪಡುತ್ತವೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ದುಡಿಯುವವರ ಕೈಯಲ್ಲಿರಬೇಕೆಂದು ಮಾರ್ಕ್ಸ್ ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದಾಗುವ ಲಾಭಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ಮಾಧ್ಯಮ ಕೇವಲ ಆರ್ಥಿಕ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದೆಯೇ ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಇನ್ನಿತರ ಅನೇಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಇವೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಾವು ನೋಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಉಪಯೋಗ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಎಲಿಹೂ ಕಾರ್ಡ್ಸ್ ಡೆನಿಸ್ ಮೆಖವೆಲ್ ಮತ್ತು ಮಿಖಾಲ್ ಡ್ಯೋವಿಚ್ ಹೇಳಿದಂತೆ ಉಪಯೋಗ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಮಾಧ್ಯಮದ ಲಾಭವನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಇರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಮೂಹವು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸುತ್ತವೆ ಜನ ಸಮೂಹವು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂದು ಸಿದ್ಧಾಂತ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಜ್ಞಾನಾಂತಿಕ ನಿಲುವಿನಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ರಸಸ್ವಾದನೆಗೆ ಬೇಕಾದಂತಹ ಒಲವುಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಜನಸಮೂಹವು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ತಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿ ಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಇರುವಿಕೆಯ ಹೆಚ್ಚುಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ತೋರ್ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಜನಸಮುದಾಯ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ

ಒಬ್ಬರಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ಸಂಹವನೆ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಂಸಾರವನ್ನು ಬಹಳ ಆರೋಗ್ಯಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲು, ಅದಲ್ಲದೆ ತಮ್ಮ ದಿನನಿತ್ಯದ ಜೀವನ ಸಂದರ್ಭ ದಲ್ಲಿ ಬರುವಂತಹ ಕಷ್ಟ ಕಾರ್ಪಣ್ಯಗಳನ್ನು ಮರೆಯಲು ಜನ ಸಮುದಾಯವು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂದು ಇವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

ಬಹುಶಃ ಇವರು ಹೇಳಿದ ಹಾಗೆ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅಷ್ಟೊಂದು ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿ ಪ್ರತಿಫಲನ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗದ ರೀತಿ ನೋಡಿದವರು ಬಹಳ ವಿರಳ. ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬ ಮನುಷ್ಯನಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ದಕ್ಕ ಬಹುದಾದ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿ ಉಪಯೋಗಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಆತ ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಹೇಗೆ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ಸುಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲ ಎಂಬ ಉಪಯುಕ್ತತೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಆಲ್ಬರ್ಟ್ ಬಂಡೂರ ಎಂಬುವವನು ಕೂಡ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಲಿಕೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಹೇಗೆ ಸಾಧ್ಯ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಕೂಡ ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಈ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಕಿಯೆ ಮನುಷ್ಯರನ್ನು ಅವರ ನಡೆ ನುಡಿಗಳನ್ನು ತಿದ್ದುವಲ್ಲಿ ಸಫಲವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಜನ ಸಮುದಾಯ ಇಂತಹ ಕಲಿಕೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಜಾರ್ಜ್ ಗೆಬ್ನರ್ ಹೇಳುವಂತೆ ವಿಪರೀತವಾದ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಳಕೆ ಬಳಸುವವರನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇರೇಪಿತವಾಗುವ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ರೀತಿ ರಿವಾಜುಗಳನ್ನು ಅನುಕರಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಣೆ ನೀಡುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಇದರ ಒಳತೋಟೆಯನ್ನು ಹೊಕ್ಕಿ ನೋಡಿದಾಗ ಮನುಷ್ಯ ಸಂಘಜೀವಿ ಯಾಗಲು ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸುತ್ತಾ ತನ್ನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಪಂಚದೊಂದಿಗಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಇನ್ನೂ ನಿಚ್ಚಳಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಧ್ಯಮದ ಎಲ್ಲಾ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ತನ್ನೊಳಗೆ ಸೇರಿಸಲ್ಪಟ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬೆಸೆಯುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ ಎಂದು.

ಕೇವಲ ರಾಜಕೀಯ ಪ್ರಲೋಭನೆಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಿತಿಯನ್ನು ಕೇವಲ ಬಲಿಷ್ಠ ಗುಂಪಿನವರ ಕೈಯಲ್ಲಿನ ಗೊಂಬೆಯಾಗಿ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಹೆರಾಲ್ಡ್ ಲಾಸ್ವೆಲ್(೧೯೩೬) "ರಾಜಕೀಯವೆಂದರೆ ಯಾರು ಏನನ್ನು ಯಾವಾಗ ಮತ್ತು ಯಾವ ಮೂಲಕ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು..."[೧೫] ಎಂದು ಹೇಳಿದ. ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ರಾಜಕೀಯ ಆಸಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಿದ್ದಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ಆಸಕ್ತರು ಯಾರಿಗೆ ಏನನ್ನು ಯಾವಾಗ ಯಾವ ಮೂಲಕ ಯಾವ ರೀತಿ ಪರಿಣಾಮ

ಬೀರುವಂತೆ(ಪ್ರಚುರಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ) ಎಂದು ನೋಡಿದ. ಇಲ್ಲಿ 'ಯಾವ ಮೂಲಕ'ಎಂದರೆ ತಿಳಿಯಬೇಕಾದ್ದು ಯಾವ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಎಂದು.

೧೯೭೦ರಲ್ಲಿ ಡೆನ್ನಿ ಮೆಕ್ವೆಲ್ ಮತ್ತು ಜೇ ಬ್ಲಮರ್ ಎಂಬುವವರು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಿತಿಯನ್ನು ಹಿಗ್ಗಿಸಿ ಉಪಯೋಗದ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟರು. ಮಾಧ್ಯಮವು ತಮ್ಮ ಪಠ್ಯಗಳಿಂದ ಬೇಸತ್ತ ಮನಸ್ಸುಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಬಿಡುವಿನ ವೇಳೆಯಲ್ಲಿ ಮನರಂಜನೆ ನೀಡುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವೆ ಮತ್ತು ಪರಸ್ಪರ ಸಮುದಾಯಗಳ ನಡುವೆ ಉತ್ತಮ ಸಂಭಂದವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದರ ಪಠ್ಯಗಳಿಂದ ಹೊರ ಬಂದ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಮಾತು ತರ್ಕವು ಸಮುದಾಯಗಳ ನಡುವೆ ಹೊಸ ಅರ್ಥವನ್ನು ಬೆಸೆಯುವಲ್ಲಿ ಸಹಾಯಕ ವಾಗುತ್ತವೆ. ಇದರೊಟ್ಟಿಗೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲರ ಮೇಲೂ ಕಣ್ಗಾವಲನ್ನು ಇರಿಸಿರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ನಮ್ಮ ನಡೆ ನುಡಿಗಳನ್ನು ತಿದ್ದುತ್ತಾ ತಪ್ಪು ಹಾದಿ ತುಳಿಯದಂತೆ ನಮ್ಮನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಸುತ್ತಾ ನಮ್ಮನ್ನು ಸದಾ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಲ್ಲಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪ್ರಸರಣವೂ ಮಾಧ್ಯಮದ ಉಪಯೋಗಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದುದು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ.

ಪಾಲ್ ಲಾಝರ್ಫೆಲ್ಡ್ ಮತ್ತು ರಾಬರ್ಟ್ ಮರ್ಟನ್ ಎಂಬುವವರು ೧೯೪೮ರಲ್ಲಿ "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ, ಜನಪ್ರಿಯ ಗ್ರಹಿಕೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕ್ರಿಯೆ"[೧೬] (ಮಾಸ್ ಕಮ್ಯೂನಿಕೇಶನ್, ಪಾಪ್ಯುಲರ್ ಟೇಸ್ಟ್ ಅಂಡ್ ಆರ್ಗನೈಸ್ಡ್ ಸೋಸಿಯಲ್ ಆ್ಯಕ್ಷನ್)ಎಂಬ ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಮಂಡಿಸಿದರು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಈ ಪ್ರಬಂಧವು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತದೆ.ಅವರು ಹೇಳುವಂತೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಉಪಸ್ಥಿತಿಯು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ತರುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿಗಿನ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಅದರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಮೇಲೆ ಅವು ಮಾಡುವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಕೇವಲ ಮೂರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪ್ರಾಮಾಣಿಸಿ ತಮ್ಮ ವಾಖ್ಯವನ್ನು ಸಮರ್ಥಿಸಿಕೊಳ್ಳುತಾರೆ. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ಸಂಘಟನೆಗಳ ಮೇಲೆ, ಜನರ ಮೇಲೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಮೇಲೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ನಡಾವಳಿಗಳ ಮೇಲೆ ವಿನಾಕಾರಣ ಮಾನ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೇರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಕೃತಕ ವಾತಾವರಣ ಸೃಷ್ಠಿಯಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೇ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ರೂಢಿಗಳನ್ನು ಹೇರುವುದು, ಮೂರನೆಯದಾಗಿ, ಸಮಾಜದ ಸದಸ್ಯರ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಮಯವನ್ನು ತನ್ನೆಡೆಗೆ ಸೆಳೆದು ಅವರ ಕೆಲಸಕಾರ್ಯಗಳಿಂದ

ವಿಮುಖಗೊಳಿಸಿ ಅವರನ್ನು ಜಡಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಾಹಿತಿಯ ಏಕಸ್ವಾಮತ್ವ, ಸಂವಹನದ ಏಕಮುಖ ಸಂಚಾರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ದುರಾಕ್ರಮಣದ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಅವರು ಮಾತನಾಡುತ್ತಾರೆ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ನೋಡಿದರೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅದರ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಏನೂ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಸಾಬೀತಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಅದರ ಮೇಲಿನ ಅತಿಯಾದ ಅವಲಂಬನೆಯು ನಮ್ಮ ತಾರ್ಕಿಕ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಕುಂದಿಸಿ ನಮ್ಮನ್ನು ಕಾರ್ಯಹೀನರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

ಮೇಲಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಮೊರೆ ಹೋದವರು ಯಾವುದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕು ಯಾವುದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬಾರದು ಎಂಬ ವಿವೇಚನೆಯುಳ್ಳವರು. ಈ ವಿವೇಚನಾಶಕ್ತಿಯಿಂದಲೇ ಅವರಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಆಗುವ ಪರಿಣಾಮವು ತೀರಾ ಗೌಣವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಚುನಾವಣಾ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಒರೆಗೆ ಹಚ್ಚಿ ನೋಡಿದಾಗ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯ ಬಗೆಗೆ ಅರಿವಿದ್ದ ಓದಿದ ಮತ್ತು ವಿವೇಚನೆವುಳ್ಳ ಜನಸಮುದಾಯವು ತಮ್ಮ ಅನುಭವದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ವಿವೇಚನಾ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ನಂಬಿಕೊಂಡು ಮತ ಹಾಕಿದವರಾಗಿದ್ದರು. ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಜ್ಞರ ಸಹಾಯ ಇವರಿಗೆ ಬೇಡವಾಗಿದ್ದಿತು. ಆಗಿನ ಸಂಧರ್ಭದ ಬಗೆಗೆ ಕಡಿಮೆ ತಿಳಿದಿದ್ದ ಎಲ್ಲಾ ಆಲೋಚನೆಗಳಲ್ಲೂ ಅವಲಂಬನಾಶೀಲರಾಗಿದ್ದ ಶೇಕಡವಾರು ಕೆಲವೇ ಜನರ ಗುಂಪು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಜ್ಞರ ಮಾತುಗಳಿಗೇ ಬೆಲೆ ಕೊಟ್ಟಿದ್ದರು. ಅಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ರೇರಿತ ವಿವೇಚನೆಗೆ ಮೊರೆಹೋಗಿದ್ದರು.

ಅನೇಕರು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನೇ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ನೋಡದ್ದಕ್ಕೆ ಹೀಗೆಳೆದರು. ಮೇಲಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಜನರಿಗೆ-ಜನ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ತಲುಪದಂಥ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಬಂದ ಈ ವಾದವನ್ನು ತಳ್ಳೀ ಹಾಕಿದರು. ಏನೇ ಇರಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ತುಸು ಮಟ್ಟಿಗಿನ ಪರಿಣಾಮವಾದರೂ ಜನರ ಮೇಲೇ ಆಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಸಾರಿತು ಈ ವಾದ.

ನಾವು ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಮತ್ತೊಂದು ಅಂಶವೆಂದರೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ವಾದವನ್ನು ಮಂಡಿಸಿತ್ತು. ಪಠ್ಯದ ಪ್ರಾಪ್ತಿ ಆಗಿನ ಸಂದರ್ಭದ ಚರ್ಚೆ ಅಲ್ಲದ್ದರಿಂದ ಈ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ದಕ್ಕಲಿಲ್ಲ. ತಾವೂ ಕೂಡ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯ ತಯಾರಿಕಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಂಶಗಳಿಗೇ ಒತ್ತು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆಂದು ಇನ್ನೊಂದು

ತುದಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಜರೆದ ವಿಮರ್ಶಕರಿಗೂ ಗೊತ್ತಾಗಲಿಲ್ಲ. ಗೊತ್ತಾಗಿದ್ದರೂ ಮಾಧ್ಯಮವು ಆಗಷ್ಟೇ ಕಾಲು ಇಟ್ಟದ್ದರಿಂದ ಯಾರಿಗೂ ಅದರ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಕಲ್ಪನೆ ದಕ್ಕಿದ್ದಿಲ್ಲ.

ಜರ್ಮನಿಯ ರಾಜಕೀಯ ತಜ್ಞೆಯಾದ ನೊಯೆಲ್ ನ್ಯೂಮನ್‌ಳು ೧೯೭೪ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾದ ತನ್ನ ಪ್ರಬಂಧ "ನಿಶ್ಯಬ್ಧದ ಸುಳಿಯಲ್ಲಿ"[೧೭] (ಸ್ಪೈರಲ್ ಆಪ್ ಸೈಲೆನ್ಸ್)ನಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯವು ಭಾಗಶಃ ಸರಿಯಿರಬಹುದೇನೋ ಎಂಬ ಚಿಂತನೆಯಲ್ಲೇ ಸೊರಗಿ ಅದನ್ನು ತೋರ್ಪಡಿಸಲಾಗದೇ ಹಾಲಿ ಇರುವ ಪ್ರಭಾವೀ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನೇ ಅನುಮೋದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಜರ್ಮನಿಯ ಚುನಾವಣೆಯ ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತಾ ತೀರಾ ಹಿಂದುಳಿದವರು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಿ ತಾವು ಒಂಟಿಯಾಗಿ ಬಿಡುತ್ತೇವೋ ಎಂಬ ಹೆದರಿಕೆಯಿಂದ ಪ್ರಭಾವೀ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಶಕ್ತಿಯುತ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಹೊರಬಿಡುವ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನೇ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡುಬಿಡುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾದಾಗ ಮಾಧ್ಯಮ ಯಾವ ಅಭಿಪ್ರಾಯವು ಪ್ರಭಾವಿಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನೇ ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕೆಂದು ಅಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ತಾಕೀತುಮಾಡುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯವೂ ಎಷ್ಟೇ ಗಟ್ಟಿಯಾಗಿದ್ದರೂ ಅದನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುವವರು ಪ್ರಭಾವಿಯಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಶಕ್ತಿಯುತವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಬರದಿದ್ದರೆ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಮಂಡಿಸಿ ಅಲ್ಪಸಂಖ್ಯಾತರಾಗಿದ್ದುಕೊಂಡು ಸಮಾಜದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ದೂರ ಉಳಿಯುವುದು ಯಾರಿಗೂ ಇಷ್ಟವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಇಂಥವರನ್ನು ನಿಶ್ಯಬ್ಧದ ಸುಳಿಯಲ್ಲಿ ಸಿಲುಕಿಸಿ ಪ್ರಭಾವೀ ಶಕ್ತಿಗಳನ್ನೇ ಅನುಸರಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಶಕ್ತಿಯುತವಾದ ಎಷ್ಟೋ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಸೊರಗುತ್ತವೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ನೆರಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ವಾದಗಳ ಪರಿಧಿಯಲ್ಲಿ ನೋಡಿದಾಗ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ಒಂದಿಷ್ಟು ಉದ್ದೇಶಗಳಿವೆ ಎಂದು ಖಾತ್ರಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಮೊದಲನೆಯದು, ಬೋಧನೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ನಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ನಮಗೆ ಸ್ತುತಪಡಿಸುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ನಮ್ಮ ಸರಿ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಅದು ಎತ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಉದ್ದೇಶವು ಸಹಜವಾಗಿಯೇ ಈಡೇರುತ್ತದೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ನಮ್ಮನ್ನು ನಮ್ಮ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ಆಗು ಹೋಗುಗಳನ್ನು ಜಾಗೃತವಾಗಿ ಕಾಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ.ಐಹಿಕವಾಗಿ ಅಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ನಮ್ಮ ನಡೆ ನುಡಿಗಳನ್ನು ತಿದ್ದುತ್ತಾ ಹೊಸ ಮೌಲ್ಯಗಳಿಗೆ ನಮ್ಮನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿ ಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ನಮ್ಮ ಜೀವನದ ಕ್ರಮದ ಬಗ್ಗೆಯೂ ನಿಗಾ ಇಟ್ಟು ಅದರ ಬೇಕು ಬೇಡಗಳನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತದೆ.

ಮೂರನೆಯದಾಗಿ ಮನರಂಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶವೂ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಿದ್ದು ಬೇಸತ್ತ ಮನಗಳನ್ನು ತಣಿಸುತ್ತದೆ.ನಾವು ಕಂಡರಿಯದ ಜಗತ್ತಿನ ಕೌತುಕಗಳನ್ನು ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ನಮಗೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತದೆ. ಸಾಮುದಾಯಿಕ ಬದುಕಿನ ಚರ್ಚೆಯನ್ನೂ ಇದು ಮುಂದಿಟ್ಟಿದ್ದು ಜಿಜ್ಞಾಸೆಗಳಿಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟು ಸಮಷ್ಠಿ ಬದುಕಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.ರಾಜಕಾರಣದ ಪ್ರಭಾವೀ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೂ ತನ್ನ ಬಾಹುಗಳಲ್ಲಿ ಸೆಳೆದು ಅದಕ್ಕೆ ಕಾರ್ಯಶಕ್ತಿ ತುಂಬುವ ಮಾಧ್ಯಮ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಚುರುಕುಗೊಳಿಸಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಶೀಲ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

೧೯೭೪ರಲ್ಲಿ ಬ್ಲಮ್ಲರ್ ಮತ್ತು ಕಾಟ್ಝ್ ಡೆನ್ನಿಸ್ ಮೆಕ್ವಲ್[೧೮] ಸೇರಿ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಬೇರೆ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗೂ ಪ್ರತಿಫಲನ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಸೆಯಿಂದಲೇ ನೋಡಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಇವರು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಹೊಸ ತಿರುವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಇವರ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಧ್ಯಮವೇ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಉಪಯೋಗವನ್ನು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಬದಲಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ಈ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಅನುರೂಪವಾಗಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಬೇಸರದಲ್ಲಿದ್ದವರು ಮನರಂಜನೆಗಾಗಿ ಇಲ್ಲವೇ ಮನಃಶಾಂತಿಗಾಗಿ, ಪರಸ್ಪರರ ನಡುವೆ ಉತ್ತಮ ಸಂಭಂದವನ್ನು ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡಿ ಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ತಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಾರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮತ್ತು ಈ ಹಿಂದೆಯೇ ಹೇಳಿದಂತೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ತಮ್ಮ ಇರುವಿಕೆಯಲ್ಲಿನ ಲೋಪದೋಷಗಳನ್ನು ತಿದ್ದಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಈ ವರೆಗೂ ಕೇವಲ ಮಾಧ್ಯಮವೇ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಮಾಡುವ ಉಪಯೋಗದ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನದ ಬಗ್ಗೆಯೇ ನಾವು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ದೃಷ್ಠಿಯಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ನೋಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತದೆ.

ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ಅಮೆರಿಕೆಯ ಮಾನವಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರಾದ ಕಾನ್‌ರಾಡ್ ಫಿಲಿಪ್ ಕೊಟ್ಟಾಕ್ ಅವರು ತಮ್ಮ "ವಿಂಡೋ ಆನ್ ಹ್ಯುಮ್ಯಾನಿಟಿ: ಅ ಕನ್ಸೈಸ್ ಇಂಟ್ರೊಡಕ್ಷನ್ ಟು ಆಂಥ್ರೊಪಾಲಜಿ"[೧೯]ಯಲ್ಲಿ 'ಎನ್‌ಕಲ್ಚರೇಶನ್' ಎಂಬ ಪದವನ್ನು ಕಟ್ಟುತ್ತಾರೆ. ಬಹುಶಃ ಆ ಪದದ ಅರ್ಥದಡಿಯಲ್ಲಿಯೇ ಸಮುದಾಯದ ಮೇಲೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪ್ರಭಾವವನ್ನ ನೋಡಬೇಕಿದೆ.

'ಎನ್‌ಕಲ್ಚರೇಶನ್'(Enculturation)ನನ್ನು ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ 'ಒಳಗೊಂಬ ಸಂಸ್ಕೃತಿ' ಎನ್ನ ಬಹುದು. ಬೇರೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಿಂದ ಬಂದು ನೆಲೆಸಿರುವಂಥ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅಥವಾ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಹಾಲಿ ಅವರಿರುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ತನ್ನಲ್ಲಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು, ರೂಢಿಗಳನ್ನು, ನಡೆ ನುಡಿಗಳನ್ನು, ಆಚಾರ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಕಲಿಸಿಕೊಡುತ್ತಾ ತನ್ನೊಳಗೆ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದೇ

'ಒಳಗೊಂಬ ಸಂಸ್ಕೃತಿ'. ಕಾಲ ಕ್ರಮೇಣದಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಸಮುದಾಯವು ಈ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗಗಳಾಗುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಹೊಸ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪರಿಧಿಯೊಳಗೆ ಬರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಸಂದರ್ಭೋಚಿತವಾಗಿ ಆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಗೆ ಬೇಕಾಗುವ ಒಪ್ಪಿತವಾದ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನೂ ಕಲಿತು ಅದರಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಲು ಶ್ರಮಿಸುತ್ತಾನೆ. ಮೂರು ವಿಧದಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಬಬಹುದು. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ, ನೇರ ಕಲಿಕೆಯಿಂದ. ಹಾಲಿ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಯಲ್ಲಿನ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ನೇರವಾಗಿ ಕಲಿಸಿದಾಗ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ, ತನ್ನ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾ ಕಲಿಯುವುದು. ಮೂರನೆಯದಾಗಿ, ತಮಗೆ ತಿಳಿಯದಂತೆ ತನ್ನ ಸುತ್ತಲಿನಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಘಟನೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುತ್ತಾ, ನಡುವಳಿಕೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯುತ್ತಾ ಕಲಿಯುವುದು.

ಬೇರೊಂದು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಬುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಆಯಾ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಸೇರ್ಪಡೆಗೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮತ್ತು ಅಲ್ಲಿ ಆತನನ್ನು ಒಪ್ಪಿತ ಸದಸ್ಯನಾಗುವಂತೆ ನೋಡಿ ಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಜೀವನಪರ್ಯಂತ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿದ್ದು. ಪರಸ್ಪರರನ್ನು ಮತ್ತು ಜನಸಮುದಾಯವನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಬದಲಾದರೂ ಮೂಲ ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಕೆಲವಾರು ರಿವಾಜುಗಳು ಹಾಗೆಯೇ ಉಳಿದುಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ಬೇರೊಂದು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪರಿಧಿಯೊಳಗೆ ಬಂದಾಗ ಅದರಿಂದ ಹೊರತಾಗಿ ಜೀವನ ನಡೆಸುವುದು ಕಷ್ಟ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಗೆ 'ಒಳಗೊಂಬದಿದ್ದರೆ' ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಒಂಟಿಯಾಗುತ್ತಾನೆ ಸಮಾಜದ ಅಷ್ಟೂ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಬಂಧಗಳಿಂದ ವಂಚಿತನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಇದರಿಂದ ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ತಾನು ಹೊಸದಾಗಿ ಕಾಲಿಟ್ಟಿರುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಬಲೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ನನ್ನ ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯ ತಳಹದಿ. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪರ್ಯಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸಿದ್ದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ನಮ್ಮ ಜೀವನವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತಿದೆ. ಅದನ್ನು ಬದಿಗಿಟ್ಟು ನಾವು ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಲಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಯಾವುದೇ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದು ಕೊಳ್ಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೆ ನಮಗೆ ಯಾವುದೋ ಅವ್ಯಕ್ತ ಭೀತಿ, ಸಂಶಯ. ಹಾಗಾಗಿ ಅಪ್ರಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಬಿಗಿದಪ್ಪಿದ್ದೇವೆ. ಇದನ್ನೇ ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ನೇರವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಆಶಯಗಳ ಮೇಲೆ, ನಂಬಿಕೆ ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಸಾರಿ ಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಹೇಳುವ/ಸಾರುವ ಆಶಯಗಳನ್ನು, ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಮರುಮಾತನಾಡದೆ ಒಪ್ಪಿರುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಅದಕ್ಕೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನೂ ಸಮಾಧಾನವನ್ನೂ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದಲೇ ನಾವು ಕಲಿತುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಸೃಷ್ಟಿಸಿರುವ 'ಒಳಗೊಂಬ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು' ನಾವಾಗಲೇ

ಅವಿರ್ಭವಿಸಿಯಾಗಿದೆ. ಅದು ಒಂದೊಮ್ಮೆ ನಮ್ಮ ಮೇಲಿನ ದಾಳಿ ಎಂದೆನಿಸಿದರೂ, ಈ ವರೆಗೂ ಪಾಲಿಸಿಕೊಂಡು ಬಂದಿದ್ದ ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಜೀವನ ಕ್ರಮದ ವೈರುಧ್ಯವೆಂದು ತಿಳಿದಿದ್ದರೂ ನಮಗೆ ಬೇರೆ ದಾರಿಯಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ನಾವೀಗಾಗಲೇ ಆ ಪರ್ಯಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ– ಅಂದರೆ 'ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂವಹನ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ'(ಹಾಗೇ ಎನ್ನಬಹುದು) ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನೂ ಅರಗಿಸಿಕೊಂಡು ಅದನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯವರಿಗೂ ಅದರ ತಾಲೀಮು ಶುರುಮಾಡಿಸಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಹಿಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯವರನ್ನು ದಿಕ್ಕೆಟ್ಟವರಂತೆ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಇದು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸಾಧ್ಯವಾದದ್ದಾದರೂ ಹ್ಯಾಗೆ? ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ತರವನ್ನು ಹುಡುಕಬಹುದು.

ಕೊನೆಯ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

1. Patricia Bizzell and Bruce Herzberg *The Rhetorical Tradition: Readings from Classical Times to the Present*, Boston: Bedford / St. Martins, 2nd ed., 2001, p. 486.
2. McGaughey.William Five Epochs of Civilization: World History As Emerging in Five CivilizationsThistlerosePubns; 1st edition (February 2000) book 2. P 35
3. Hypodermic Syringe: Katz, E., 1957,. "The Two-Step Flow of Communication: an Up-To-Date Report on a Hypothesis". *The Public Opinion Quarterly, 21* (1). pp. 61–78.
4. Katz, Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. "Uses and Gratifications Research."The Public Opinion Quarterly 4th ser. 37 (1973–1974)
5. Morley, David, 1980: *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*. London: BFI(Seiter, Ellen *et al.* (Eds.) (1989): *Remote Control*. London: Routledge. 18
6. Abercrombie, Nicholas, 1996: *Television and Society*. Cambridge: Polity Press. P 81
7. Hart, Andrew, 1991: *Understanding the Media: A Practical Guide*. London: Routledge .60
8. Warren Weaver and Claude Elwood Shannon, 1963: *The Mathematical Theory of Communication*. Univ. of Illinois Press. 56-71

9. Berlo, D. K., 1960: *The process of communication*. New York, New York: Holt, Rinehart, & Winston. P 45

10. Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. &Gaudet, H., 1968: *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press P 74

11. Taylor, E B, 1871: Primitive Culture P 35

12. Swingewood, Allan, 1977: The Myth of Mass Culture. PalgreaveMcmillan. P 53

13. Gramsci, Antonio, 1992: Buttigieg, Joseph A, ed. *Prison Notebooks*. New York City: Columbia University Press. pp. 233–38.

14. Roberts, Thomas John, 1990: University of Georgia Press, P 89

15. Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. &Gaudet, H., 1968: *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.P 23

16. Lazarsfeld and Merton, 'Mass Communication, Popular Taste, and Organized Social Action', p. 95 -118

17. Noelle-Neumann, Elisabeth, 1974: "The spiral of silence: a theory of public opinion", *Journal of Communication*24: 43–51.

18. Katz, E., Blumler, J. G., &Gurevitch, M. 1974: Ulilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Sage Publications Beverly Hills. Sage. P 19–32

19. Kottak, Conrad, 2007: Window on Humanity: A Concise Introduction to Anthropology. McGraw-Hill Companies, Incorporated. P 59

ಮೂರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಮಾಧ್ಯಮ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು

ಮೂರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಮಾಧ್ಯಮ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು

೩.೧. ಹಿನ್ನೆಲೆ

ಮಾಧ್ಯಮ ಯಾವುದಾದರೂ ಇರಬಹುದು ಆದರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಅದಕ್ಕೆ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಇರಲಾರದು. ಮಾಧ್ಯಮವು ಹೊಸದಾಗಿ ಬಂದಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ತನ್ನ ಕಾರ್ಯವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಂಡಿತ್ತು. ಅಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಯಾರಿಗಾಗಿ ತಲುಪಿಸಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಚಿಂತಿಸಿರಲಿಲ್ಲ. ಇದು ಯಾರಲ್ಲಿಗೆ ಯಾವ ಯಾವ ದಿಕ್ಕಿಗೆ ತಲುಪುತ್ತದೆಯೋ ಅಲ್ಲಿರುವ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಎಂಬ ಮನೋಭಾವನೆಯೊಂದಿಗೇ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿದ್ದಿತು. ಅಂತೂ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪಸರಿಸುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಅದನ್ನು ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸುವ ಶಕ್ತಿಯಿರುವವರಿಗೆ ಎಂದು ಮನದಟ್ಟಾಯಿತು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಾಹಿತಿಯು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಲುಪುವಂತೆ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಅರ್ಥಸಾಧ್ಯವಾಗುವಂತೆಯೇ ರಚಿಸಲಾಗಿದ್ದಿತು.

ಸಮೂಹ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಮಾದರಿಯಲ್ಲೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಾವು ನೋಡುವುದಾದರೆ– ಮೂಲ ವಾಹಕದ ಮಾಹಿತಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಮತ್ತು ಅವರ ಮೇಲಿನ ಪರಿಣಾಮ–ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಅದರ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುವವನೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಎಂದು ಹೇಳಬಹುದು. ವಾಹಕದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವವರೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಅಂತ ಈ ವರೆಗೂ ತಿಳಿದುಕೊಂಡಿದ್ದಾಗಿದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಈ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವವರು, ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ಬಡಪಟ್ಟಿಗೆ ನಮಗೆ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾವುದೇ ಹಂತದ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಒಮ್ಮೆಗೆ ನಮಗೆ ಸಿಗುವುದೂ ಇಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಸರಿಸಿದಾಗ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ರೂಪ

ಅಮೂರ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮತ್ತು ಅವರ ಗುಣವಿಶೇಷ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮತ್ತು ಅವರು ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಇವುಗಳನ್ನು ಏಕರೂಪದಲ್ಲಿ ಸೆರೆಹಿಡಿಯುವುದು ಬಹಳ ಕಷ್ಟ. ಇವರನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹೊರಗಿಟ್ಟು ನೋಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಆ ಸಂದರ್ಭದ ವಿಘಟನೆಯ ಭಾಗವಾಗಿಯೂ ನೋಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಇವರೆಲ್ಲರೂ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಅಥವಾ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು ಅಥವಾ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವುದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲೇ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪರಿಕರಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಆ ಹೊತ್ತಿನ ಪಠ್ಯಗಳಿಗೆ. ಅವೂ ಕೂಡ ಆಯಾ ಸಂದರ್ಭದ ತುರ್ತಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳ ಆಚೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಾವು ನೋಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಮೂರೂ ಒಂದರಲ್ಲೊಂದು ಬೆಸಗೊಂಡು ಹೊಸ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತಾ ಇಲ್ಲ ಮಾರಕವಾಗಿಯೋ, ಇಲ್ಲಾ ಪೂರಕವಾಗಿಯೋ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾ ನಿಂತಲ್ಲೇ ನಿಲ್ಲದೇ ಹೊಸ ಅರ್ಥಗಳಿಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಮಾತು ಹೊಸದಾಗಿ ಬಂದಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಂತೂ ನಿಜ. ಕಾರಣ ಈಗಾಗಲೇ ಹೇಳಿದಂತೆ ನಮ್ಮ ಅನೇಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಗೆಗಿನ ಅರ್ಥಕಲ್ಪನೆಗಳು ಕೇವಲ ಸಿನಿಮಾ ರೇಡಿಯೋ ಅಥವಾ ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನಷ್ಟೇ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತಿತ್ತು. ೧೯೫೦ರ ನಂತರದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗ ಹೊಸ ಆಯಾಮವೊಂದು ಬಂತು. ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಸಮನ್ವತೆಗಳಲ್ಲೇ ಹೊಸ ಮಾಧ್ಯಮದ ಉದಯವಾಯಿತು. ಜೊತೆಗೆ ಅದರೊಟ್ಟಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಬಂದವು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ವಿಡಿಯೋಗೇಮ್‌ಗಳು, ಅಂತರ್ಜಾಲ, ವೆಬ್ ಟು ಮೀಡಿಯಾ ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಬದಲಾದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸಂದರ್ಭದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು. ಇವು ಯಾವುವೂ ಕೂಡ ತನ್ನಿಂದ ಹುಟ್ಟಿದ್ದಲ್ಲ. ಬದಲಾದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ವಿಸ್ತರಣೆಯ ವಿವರಣೆಗಳು ಕೆಲವಾದರೆ ಮತ್ತೂ ಕೆಲವು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬೇಕಾದ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಬೇಡಾದ್ದ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಬಂದಂತಹ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಸರಕುಗಳು.

ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ಹೇಳುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವವ ಎಂದಷ್ಟೇ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಸಂವಹನೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಜೊತೆಗೋ ಇಲ್ಲಾ ಒಂದು ಗುಂಪಿನ ಜೊತೆಗೋ ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ

ಬಹಳ ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ಸಂಬಂಧವೊಂದು ಏರ್ಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಘಟನೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಾ ತಮ್ಮದಲ್ಲದ ಮತ್ತೊಂದು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಭಾಗಿಗಳಾಗುತ್ತಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಘಟನೆಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಹಂತವನ್ನು, ಆಯಾಮವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುತ್ತಾ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾದ ಸಂಬಂಧವೊಂದು ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಅಥವಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಗುಣವಿಶೇಷಗಳನ್ನು ಇಷ್ಟಕ್ಕೆ ಎಂದು ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸುವ ಕೆಲಸ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲವೇ ಮುಗಿಯುವುದಿಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ವಿದೃಶ್ಯವಾಗಿ ಏಕರೂಪವಾದ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೂ ವಿಮುಖವಾಗಿ ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ ಹಂಚಿಹೋಗಿದ್ದು ಏಕರೂಪದ ಅನನ್ಯತೆಯ ಕೊರತೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಈ ಎಲ್ಲರೂ ಕೂಡ ಅಂದರೆ ಒಂದು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಾಗುವವರು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಬರುವ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಗಳಿಂದ ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿಯೂ ಬಹಳ ದೂರ ಉಳಿಯುತ್ತಾರೆ. ಜೊತೆ ಜೊತೆಗೆ ಪಠ್ಯ ಬಂದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಮಗೆ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲದಂತೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಅದನ್ನು ಹೇರುತ್ತಾ... ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಅದನ್ನು ಹೇರಿದ್ದರ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ತಾವೂ ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾ ಹೊಸ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಾರೆ.

ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಡುವೆ ಒಂದು ಒಡಂಬಡಿಕೆ ಇದ್ದೇ ಇದೆ. ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಅದರ ಪರಿಣಾಮಕ್ಕನುಸಾರವಾಗಿ ಹಿಂಬಾಲಿಸು ವುದೆಂತಲೋ ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕೆ ಮತ್ತೊಂದು ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿ ಅದನ್ನು ತನ್ನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವುದೆಂತಲೋ ಇಲ್ಲವೇ ಮತ್ತೊಂದು ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊರಿಸಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುವುದೆಂತಲೋ ಈ ಒಡಂಬಡಿಕೆಯ ವಿಚಾರವಾಗಿದೆ. ಒಂದಂತೂ ನಿಜ. ಅದೇನೆಂದರೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಬಾಹ್ಯ ಶಕ್ತಿಗಳಿಂದಾಗುವ ಪರಿಣಾಮದಿಂದ ಅರ್ಥ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ವಿಭಿನ್ನವಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ, ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಅರ್ಥರೂಪಕ್ಕೆ ಸಾಕಷ್ಟು ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು, ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ತುಂಬುತ್ತವೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗೇ ಬಳಸಿಕೊಡಂತಹ ಸಂದರ್ಭದ ಅನೇಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ನಾವು ನೋಡಬಹುದು.

ಮಾಧ್ಯಮದ ನೇರಪರಿಣಾಮದಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಅಳೆಯುತ್ತವೆ. ಕೇವಲ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ, ಅದರಂತೆ

ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಾನೆ. ಪ್ರಪ್ರಥಮವಾಗಿ ಬಂದಂತಹ ಈ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ನಿರಂಕುಶ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಸರ್ವವ್ಯಾಪಿತ್ವವನ್ನು ಸಾರುತ್ತದೆ.

೩.೨. ಮಾಧ್ಯಮ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು

ಈ ವಿಷಯವನ್ನೇ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸುತ್ತಾ ಫ್ರ್ಯಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಶಾಲೆಯ ಥಿಯೋಡರ್ ಅಡಾರ್ನೋ ಹೊಕಾಯ್ಮರ್[೧] ಜೊತೆ ಸೇರಿಕೊಂಡು ತಾತ್ವಿಕವಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಮನುಷ್ಯನನ್ನು ಹೇಗೆ ದುರ್ಬಲ ಮಾಡುತ್ತದೆ/ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಅವನ ಪ್ರಕಾರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ತನ್ನ ಚಾಕಚಕ್ಯತೆಯಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ದುರ್ಬಲ ಮನಸ್ಸಿನವರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿ ತನ್ನ ಅಧೀನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಅವನ ಪ್ರಕಾರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು 'ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕೈಗಾರಿಕೆ' (ಕಲ್ಚರ್ ಇಂಡಸ್ಟ್ರಿ). ಈ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಕೈಗಾರಿಕೆಯು ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಡುವೆ ತನ್ನ ಬಗೆಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ನಂತರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅದನ್ನೇ ಬಯಸುತ್ತಾ ಬಯಸುತ್ತಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅದರ ಅಧೀನರಾಗುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೆ ಅಧೀನರಾಗುತ್ತಾ ಸಮಾಜದ ಅಥವಾ ತಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಯಾವುದೇ ರಾಜಕಾರಣ ಅಥವಾ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ತನ್ನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿಟ್ಟು ಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅಡಾರ್ನೋ ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಸಾಗುತ್ತಾ ಅಧೀನರಾಗುತ್ತಲೇ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಸಹಾಯಕರಾಗುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ.

ಅಡಾರ್ನೋ ಹೇಳಿದಂತೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ತಾತ್ವಿಕವಾಗಿ ಬಹಳ ಕುಶಾಗ್ರಮತಿಯಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಅಧೀನರಾಗಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಮಾತನ್ನು ಮುಂದೆ ಬರುವ ಅನೇಕ ಚಿಂತನೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿರೋಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಆ್ಯಂಗ್ ಎಂಬುವವನು ಸಮೂಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ತಾತ್ವಿಕತೆಯ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾ ಜನಪ್ರಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ತಾತ್ವಿಕತೆಯು ತೀರಾ ಕೆಳಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಜಾರಿಹೋಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಅಡಾರ್ನೋ ತಾತ್ವಿಕತೆ ಬಗೆಗೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡದೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಅವರ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡದೆ ಈ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಬಹುಶಃ ಅಡಾರ್ನೋ ಅವರ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತಾ ಹೋದಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೆಂದಾಕ್ಷಣ ಕೇವಲ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರೇ ಎಂದಾಗುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು

ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕವಾಗಿ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ನಡುವಿನ ಬಂಧಗಳಲ್ಲಿ ಅಡಾರ್ನೋ ನೋಡಲು ವಿಫಲರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದೊಂದಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನಾಗಲೀ, ಇನ್ನಿತರ ಯಾವುದೇ ಪರಿಕರಗಳನ್ನಾಗಲೀ, ಆಕರಗಳನ್ನಾಗಲೀ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿರುವ ಸಮಾಜ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಛಾಯೆಗಳು ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಆತ ದುರ್ಬಲನಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ತನ್ನನ್ನೇ ದುರ್ಬಲ ಮಾಡ ಹೊರಟಿರುವ ಇನ್ನೊಂದು ಬಾಹ್ಯ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಆತ ಕಡೆಗಣಿಸುತ್ತಾನೆ ಅಥವಾ ಅದರ ಬಗ್ಗೆ ತಾತ್ಸಾರ ತೋರುತ್ತಾನೆ.

ಯಾವುದೇ ಅಥವಾ ಎಷ್ಟೇ ಮುಂದುವರಿದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ನಾವು ನೋಡಿದಾಗ ಮೌಖಿಕ ಪರಂಪರೆಯ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳ ಮೇಲೆ ಮತ್ತು ಅವರ ನಿರ್ಧಾರಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರೇ ಬೀರುತ್ತವೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಗಳು ಎಷ್ಟೇ ದೃಢವಾಗಿದ್ದರೂ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಹೇಳಿದಂತೆ ಕೇಳುವ ದುರ್ಬಲ ಹಂತಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಇಳಿಯಲಾರ. ಹೀಗಾಗಿ ಅಡಾರ್ನೋ ಮತ್ತು ಫ್ರಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಶಾಲೆಯಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಅನೇಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಬಿಡುತ್ತವೆ. ಈ ಮಾತಿಗೆ ಪುಷ್ಟಿಕೊಡುವಂತೆ ೧೯೪೪ರಲ್ಲಿ ನಡೆದ ಚುನಾವಣೆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಯಾವ ರೀತಿ ಆಡಳಿತಶಾಹಿಗಳ ಇಚ್ಛೆಯಂತೆ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದವೋ ಅದನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತಾ ರಾಬರ್ಟ್ ಮಾರ್ಟನ್ ಅವರು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಗೆಗಿನ ಕೆಲವು ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಹೊರಗೆಡವುತ್ತಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲೆಂದೇ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ನೇರವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅದರಂತೆ ಅವರು ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅದನ್ನು ಚರ್ಚೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸಿ ತಮ್ಮದೇ ಆದಂತಹ ಹೊಸ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿಟ್ಟು ಕೊಳ್ಳುವ ಆಡಳಿತಶಾಹಿಗಳಿಗೆ ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ತಿರುಗುಬಾಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗೇ ಮುಂದುವರೆ ಯುತ್ತಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಅನುಭವದ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿಟ್ಟು ನಂತರ ಅದರ ಬಗೆಗೆ ತಮ್ಮ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಇದ್ದ ಹಾಗೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅದರಂತೆ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಾದರೆ ಅದು

ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಯಿಂದಾಗಿಯೇ ಹೊರತು ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಟ್ಟಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಓದುವಲ್ಲಿನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯಿಂದಾಗಿ ಅಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿಗೆ ಮರ್ಟನ್‌ರವರ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದ ಮೂಲಕ ಬಂದಂತಹ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ತಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ತಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮತ್ತು ತಾವು ಓದುವ ಹಂತದಲ್ಲಿನ ಅನುಭವಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಅಥವಾ ಪರಸ್ಪರರೊಂದಿಗಿನ ಚರ್ಚೆಯಿಂದ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅಥವಾ ಬಾಹ್ಯ ಶಕ್ತಿಗಳನ್ನು/ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು ದಿಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಮರ್ಟನ್‌ರವರ ಈ ವಾದವನ್ನು ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಅವರೇ ಹೇಳುವಂತೆ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಅನುಭವಗಳು ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನ ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಇನ್ನೊಬ್ಬರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನ ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತಕ್ಕೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಾಗ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಅವರು ಮೌಖಿಕವಾದ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಿಗೆ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಈ ಮಾತಿಗೆ ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಮುಂದೆ ೧೯೫೫ರಲ್ಲಿ ಕೆಥೆರನ್ಸ್ ಮತ್ತು ಪಾಲ್ ಲಾಜರ್ಸ್‌ಫೆಲ್ಡ್[೨] ಎಂಬುವವರು ಈ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ತಮ್ಮ ಅಧ್ಯಯನ ಮುಂದುವರೆಸಿ ದ್ವಿಹಂತ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಮುಂದಿಡುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಅವರೇ ಹೇಳುವಂತೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಅದನ್ನು ತಮ್ಮದಾಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು, ಸಮೂಹ ಸಮಾಜದ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ತಜ್ಞರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದ ಮೊರೆಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಈ ತಜ್ಞರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಕೇವಲ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದಲೇ ಬಂದದ್ದಲ್ಲ ಜೊತೆಗೆ ತಮ್ಮ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೇ–ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೇ ತಮ್ಮ ಸರಿಕರೊಂದಿಗೆ ಅಥವಾ ತಿಳಿದವರೊಂದಿಗೆ ಬಂದಂಥ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಅಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಗೆ ಈಗ ಎರಡು ಹಂತದಲ್ಲಿ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಒಂದು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಅದರ ಸಾಧ್ಯಾನುಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ನಂತರ ತಮಗೆ ಒದಗಿದ ಈ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತಜ್ಞರೊಂದಿಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ ನಂತರ ಆ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ತಮ್ಮದಾಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ನಾವಿಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾದದ್ದು ಇಷ್ಟೇ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಕೀರ್ಣವೆನಿಸಿದರೂ ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಸಮೂಹವನ್ನಾಗಿ ನೋಡಲಾಗಿಲ್ಲ ಬದಲಾಗಿ ಪರಸ್ಪರ ಉತ್ತಮ ಸಂಬಂಧವುಳ್ಳ, ಪರಸ್ಪರ ಉತ್ತಮ ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನಾಗಿ ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಈ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಸಮಾಜವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಯಾವುದೇ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಿಲ್ಲವೆಂಬುದನ್ನೂ

ಸಾರುತ್ತಾರೆ. ಜೊತೆಗೆ ಮನುಷ್ಯನು ತನ್ನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಒಂಟಿಯಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ತನ್ನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆತ ತನ್ನ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ತನ್ನ ಜೀವನವನ್ನು ಇಡೀ ಸಮುದಾಯದ ತಿಳುವಳಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಎಫೆಕ್ಟ್ಸ್ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಥಟ್ಟನೆ ಹೊಳೆಯುವುದು ೪ನೇ ಶತಮಾನದ ಗ್ರೀಕ್ ತತ್ವಜ್ಞಾನಿ ಪ್ಲೇಟೋನ ಮಾತುಗಳು. ಆತ ಆಗಿನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಲಿತವಿದ್ದ ಗೀತ ನಾಟಕಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾನೆ. ತನ್ನ 'ರಿಪಬ್ಲಿಕ್'ನಲ್ಲಿ ಗೀತ ನಾಟಕಗಳಿಗೆ ಹೋಗುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಬಗೆಗೆ ಬಹಳ ಗಂಭೀರವಾದ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ನಡೆಸಿದ್ದಾನೆ. ಆಗಿನ ಕಾಲದ ಗ್ರೀಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಕಾವ್ಯವು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪ್ರಸರಣದ ಬಹು ಮುಖ್ಯ ಆಕರವಾಗಿದ್ದಿತು. ಪ್ಲೇಟೋನ ರಿಪಬ್ಲಿಕ್ ಕಾವ್ಯ ಮತ್ತು ತತ್ವಜ್ಞಾನದ ನಡುವಣ ಚರ್ಚೆ ನಮ್ಮುಂದಿಡುತ್ತದೆ. ಯಾರ ಮಾತನ್ನು ನಾವು ಕೇಳಲೇಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ?. ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರಸರಣಕ್ಕೆ ಕಾವ್ಯವೋ ಇಲ್ಲಾ ತತ್ವಜ್ಞಾನವೋ? ಇತ್ಯಾದಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಇಲ್ಲಿ ಉತ್ತರ ಸಿಗುತ್ತದೆ. ಸಾಕ್ರಟೀಸ್‌ನಂತೂ ಕವಿಗಳನ್ನು ಗಣನೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಕವಿತೆಗಳು ಬಾಹ್ಯ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಅಂದರೆ ಸಿರಿವಂತಿಕೆ, ಮಾನ, ಅಪಮಾನ, ಗೌರವ, ಧನ, ಇವುಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಕೊಡುತ್ತವೆ. ಮೌಲ್ಯಗಳಾದ ನೀತಿ, ತತ್ವ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸುತ್ತವೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಕಾವ್ಯ ಅನುಕರಣೆಯು ಆತ್ಮಕ್ಕೆ ಕೆಟ್ಟ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಈ ಕೆಟ್ಟ ಪರಿಣಾಮದಿಂದ ಸಜ್ಜನರೂ ಕೂಡ ಪ್ರಭಾವಿತರಾಗಿ ಕುಹಕಿಗಳಾಗುತ್ತಾರೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ.

'ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣ' ಯಾಕೆಂದರೆ ಆಗಿನ ಗ್ರೀಕ್‌ನ ಎಲ್ಲಾ ನಾಟಕಗಳು ಕಾವ್ಯದ ರೂಪದಲ್ಲಿದ್ದವು. ಅವು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಿದ್ದವು. ಪ್ಲೇಟೋನ 'ರಿಪಬ್ಲಿಕ್'ನಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ರಟೀಸ್ ತನ್ನ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಕಾವ್ಯಕ ಸ್ಥಾನಗಳ ಬಗೆಗೆ ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಸಮರ್ಥಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ದುರಂತ ಮತ್ತು ಲಘು ನಾಟಕಗಳೆರಡೂ ಅಂದರೆ ಟ್ರಾಜಿಡಿ ಮತ್ತು ಕಾಮಿಡಿ ನಾಟಕಗಳೆರಡೂ ಕೆಟ್ಟ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬೀರುತ್ತವೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಪ್ಲೇಟೋ ಸಾಕ್ರಟೀಸ್‌ನ ಅಂದರೆ ತನ್ನ ಗುರುವಿನ ಮಾತನ್ನು ಉದ್ಧರಿಸುತ್ತಾ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಮನರಂಜನೆಯ ಪರಿಕರಗಳು ಉಂಟುಮಾಡುವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಅನುಭವದ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಮೇಲೆ ರೂಪಗೊಳಿಸುತ್ತಾನೆ. ಪ್ಲೇಟೋ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಮನುಷ್ಯನಲ್ಲಿ ಎರಡು ಭಾಗಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತಾನೆ. ಒಂದು ಮನುಷ್ಯನ ಪ್ರಕೃತಿ ಮತ್ತು ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಹೊರ ಪ್ರಪಂಚದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ. ಮನುಷ್ಯನ ಪ್ರಕೃತಿಯೇ ಹೊರ ಪ್ರಪಂಚದ

ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಇವೆರಡೂ ಮನುಷ್ಯನ ಪ್ರಕೃತಿ ಮತ್ತು ಹೊರ ಪ್ರಪಂಚದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವೇ ಅವನು ಕಲೆಯನ್ನು ನೋಡುವ ಅಂದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಕಾವ್ಯ ಕಥಾನಕಗಳನ್ನು ನೋಡುವ ಧಾಟಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಅವನೇ ಹೇಳುವಂತೆ ಲೈಂಗಿಕತೆ, ಕ್ರೌರ್ಯ, ಕ್ರೋಧ, ಆಸೆ, ಭೋಗ ಇವೆಲ್ಲವೂ ನಮ್ಮ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅಡಗಿರುವ ಹಾಗೆ ಕಾವ್ಯ ಕಥಾನಕ–ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣೆಯಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಇವಿದ್ದು ಅವು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತವೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣೆಯನ್ನು ನಾವು ಆಸ್ವಾದಿಸಿದಾಗ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿರತಕ್ಕಂಥ ಈ ಎಲ್ಲ ಅಂದರೆ ಕ್ರೋಧ, ಭೋಗ ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ ನೀರುಣಿಸಿ ಪೋಷಿಸುತ್ತದೆ. ಯಾವ ಹಂತಕ್ಕೆ ಮನುಷ್ಯ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಬಿಟ್ಟು ನೈತಿಕ ವಾದವನ್ನು ಅಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಆಶಿಸುತ್ತಾನೋ ಅದು ಅವನಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಮನರಂಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರವಾದ ಕಾವ್ಯ ನಾಟಕಗಳ ದಾಸನಾಗಿಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತಾನೆ. ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣೆ ಅವನ ಈ ಎಲ್ಲ ಆಸೆಗಳನ್ನು ನೀರುಣಿಸಿ ಪೋಷಿಸಿಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಅವನು ತನ್ನ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಇದರೊಳಗೆ ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ಬಹುಶಃ ಪ್ಲೇಟೋನ ಮಾತುಗಳನ್ನು ನಾವು ಹೆಚ್ಚು ಉದ್ಧರಿಸಬೇಕೆನ್ನುವ ಕಾರಣವೇನೆಂದರೆ ಮುಂದೆ ಬರುವ ಓದನ್ನು ಅಂದರೆ ಪಠ್ಯದ ಓದನ್ನೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಬರುವ ಅನೇಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ಲೇಟೋನ ಈ ಮಾತುಗಳ ನೆರಳನ್ನು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ.

ಪ್ಲೇಟೋನ ಕಾಳಜಿ ಏನೆಂದರೆ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತತ್ವ, ನೈತಿಕತೆಗಾಗಿ ಹಪಾಹಪಿ ಇರುವ ಮನಸ್ಸು ಈ ಎಲ್ಲ ನೀಚ ಆಸೆಗಳಿಂದ ದಮನಕ್ಕೊಳಗಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು. ಅವನೇ ಹೇಳುವ ಹಾಗೆ ಕೆಲವು ಆಸೆಗಳು, ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಭೋಗಗಳು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ನಾವು ಅವುಗಳನ್ನು ಈ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಹರಿಬಿಡುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಅದೂ ನಮಗೂ ಗೊತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸನ್ನು ವಿಕೃತಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮೂರು ಪ್ರಕೃತಿಯನ್ನು ಮನುಷ್ಯರಲ್ಲಿ ಪ್ಲೇಟೊ ಗುರುತಿಸುತ್ತಾನೆ. ಈ ಪ್ರಕೃತಿಯೇ ಮನುಷ್ಯನ ಸ್ವಭಾವವನ್ನು, ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಅಳಿಯುವ ಮಾಪನಗಳಾಗುತ್ತವೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಆತನ ನಂಬಿಕೆ, ಆತನ ಆಸಕ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುತ್ತವೆ. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಭೋಗ ಪ್ರಕೃತಿಯೇ ಹೆಚ್ಚಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿ. ಇಂಥ ವ್ಯಕ್ತಿ ಹಣವನ್ನು, ಭೋಗವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಅವಲಂಬಿಸುತ್ತಾನೆ. ಪ್ರಕಟಪಡಿಸುತ್ತಾನೆ. ಈತನಿಗೆ ಲೌಕಿಕದ ಮೇಲಿನ ವ್ಯಾಮೋಹ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ. ಎರಡನೆಯದು ಅಪರಿಮಿತವಾದ ಧೈರ್ಯವನ್ನು, ಹುರುಪನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿ. ಈತೆರನಾದ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಜಯೋತ್ಸಾಹ, ಆತ್ಮಾಭಿಮಾನ, ಮಾನ, ಗೌರವಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಬೆಲೆ ಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಮೂರನೆಯ ಪ್ರವೃತ್ತಿ ವಿವೇಕ ಮತ್ತು

ವಿವೇಚನೆ. ಈ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದಂತಹ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ತತ್ವಕ್ಕೆ, ಸತ್ಯಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಬೆಲೆ ಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಭೋಗದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಕಟಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಹಣ, ಭೋಗ, ಇತ್ಯಾದಿ ನಿಕೃಷ್ಟ ಆಸೆಗಳಿಗೆ ಬೆಲೆ ಕಟ್ಟುತ್ತಾ ತಾವು ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣೆಯಲ್ಲಿ ಇದನ್ನೇ ಹುಡುಕಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇವರಿಗೆ ವಿವೇಕದಲ್ಲಿನ ಒಳ್ಳೆಯತನ ಕಾಣಿಸುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ವಿವೇಕಯುಕ್ತ ಪ್ರಕೃತಿಯ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ದೂರಾಲೋಚನೆಯುಳ್ಳವರಾಗಿದ್ದು, ಸದಾ ಒಳ್ಳೆಯದನ್ನೇ ಮತ್ತು ಒಳ್ಳೆಯ ಆಶೆಗಳನ್ನೇ ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣೆಯಲ್ಲಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಅಪೇಕ್ಷಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹುಮ್ಮಸ್ಸು, ಸಂತೋಷ, ಆನಂದಗಳನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಇಷ್ಟಪಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುವ ಸಂತೋಷಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಇದನ್ನೇ ಅವರು ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣೆಯಲ್ಲೂ ಅಪೇಕ್ಷಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹುಮ್ಮಸ್ಸು, ಸಂತೋಷ ಆನಂದಗಳನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಇಷ್ಟ ಪಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ದೊರೆಯುವ ಸಂತೋಷಕ್ಕೆ ಮೊರೆಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಇದನ್ನೇ ಅವರು ಕಾವ್ಯಾನುಕರಣದ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಪೇಕ್ಷಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಹೀಗಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯೂ ಅವನ ಪ್ರಕೃತಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅರ್ಥವನ್ನು ವೇದ್ಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಇದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ ಒಂದು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಅವರು ನೋಡಿದಾಗ ಅಥವಾ ಓದಿದಾಗ ಪ್ರಕೃತಿಗೆ ತಕ್ಕನಾದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅಪಾಯವಿರುವುದು ಇಲ್ಲಿಯೇ. ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡಲು ಬರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತಾನು ಈ ವರೆಗೂ ಬೆಳೆಸಿ ಪೋಷಿಸಿಕೊಂಡು ಬಂದಿರುವ ನಂಬಿಕೆಗಳನ್ನು, ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ತಾತ್ಪೂರ್ತಿಕವಾಗಿ ಕಳಚಿಬಿಟ್ಟು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬರುವ ಪಾತ್ರಗಳ ಗುಣ ವಿಶೇಷವನ್ನು ತನ್ನ ಮೇಲೆ ಆಹ್ವಾನಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬರುವ ಪಾತ್ರದ ಗುಣ ವಿಶೇಷಣಗಳು, ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವು ನಕಲಿಯಾಗಿದ್ದು, ಇದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಗಮನಕ್ಕೆ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಮೂರನೆಯದಾಗಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ನಾಟಕ ನೋಡುವ ಅನುಭವವು ಸದಾಕಾಲ ಅಂದರೆ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಲ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿದ್ದು ನಾಟಕ ನೋಡಿ ಆದ ಮೇಲೂ ರಂಗದ ನಟನ ಗುಣ ವಿಶೇಷಗಳನ್ನು ವಾಸ್ತವ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಅನುಕರಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೇ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ಲೇಟೋ ಹೇಳುವ ಹಾಗೆ ಹೋಮರ್ ಅಥವಾ ಇನ್ನಿತರ ಯಾವುದೇ ಟ್ರಾಜಿಡಿ ಕವಿಯ ಪಾತ್ರಧಾರಿ, ಪಾತ್ರವು ಅಳುತ್ತಾ ಅಥವಾ ಬೇಸರದಿಂದ ಅಥವಾ ದುಃಖತಪ್ತವಾಗಿ ಭಾಷಣ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ ಎದೆ ಹೊಡೆದುಕೊಂಡು ಅಳುತ್ತಿದ್ದರೆ ಹೊಯ್ದಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರೆ ನಾವು ಅದರಿಂದ ರಂಜಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತ ಆ ಪಾತ್ರದ ಬಗ್ಗೆ ಆ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಒದಗಿ ಬಂದಿರುವ ಸನ್ನಿವೇಶದ ಬಗ್ಗೆ ಮರುಕಪಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಈ ಮರುಕಪಟ್ಟುಕೊಳ್ಳೋ

ಹಾಗೆ ಮಾಡುವ ಕವಿಯನ್ನು ನಾವು ನಿಜಕ್ಕೂ ಗುಣಗಾನ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ನಮ್ಮನ್ನು ನಾವು ಅವನ ದುಃಖಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಸಿಕೊಂಡು ಅವನ ಸಂದಿಗ್ಧಕ್ಕೆ ಮರುಕಪಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಕ್ರಮೇಣವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪಾತ್ರಧಾರಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಮರುಕ ಪಡುತ್ತಾ... ಪಡುತ್ತಾ ಪಾತ್ರಧಾರಿಯೇ ಆಗಿಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ಅವನ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಇವನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡುಬಿಡುತ್ತಾನೆ.

ವಾಸ್ತವಾಂಶದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅವನಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಮರುಸೃಷ್ಟಿಗೊಂಡಿರುವ ಘಟನೆಗಳಲ್ಲಿ ತಾನಿದ್ದೇನೆ ಎಂದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಅವನ ದುಃಖ, ಮರುಕ, ವೇದನೆ ನಿಜಕ್ಕೂ ವಾಸ್ತವವೇ ಆಗಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ವಿಮರ್ಶಕರು, ನಾಟಕ ನೋಡುವಾಗಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಮರುಕ ಪಡುವುದನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆದರೂ ಪ್ಲೇಟೋ ಸುಪ್ತವಾಗಿ ಹೇಳೋ ಹಾಗೆ ತನ್ನನ್ನು ತಾನೇ ಮರೆಯುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಅಂದರೆ ದೃಶ್ಯಕಾವ್ಯದಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಿರುವ ಘಟನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡು ತಮ್ಮ ಇರುವಿಕೆಯನ್ನು ಮರೆಯುತ್ತಾನೆ ಎಂದು ವಿಮರ್ಶಕರು, ಅನೇಕರು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ರಂಗದ ಮೇಲಿನ ಪಾತ್ರದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ವಾಸ್ತವಿಕ ಜಗತ್ತಿನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ನಾವು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡುಬಿಡುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸದಾರಮೆಯ ಕಳ್ಳ. ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡುವಾಗ ಆ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಾವು ಆನಂದಿಸುತ್ತೇವೆ. ಕಾರಣ ಪಾತ್ರದ ಚಲನ ವಲನಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಜಗತ್ತಿನೊಂದಿಗೆ ಆ ಪಾತ್ರದ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ನಾವು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡುಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತೇವೆ. ಆತ ಕಳ್ಳ ಎಂದು. ಆದರೆ ಬಹುಶಃ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅಲ್ಲಿಯೇ ನಿಂತುಬಿಡುತ್ತದೆ. ಪ್ಲೇಟೋ ಅಥವಾ ಸಾಕ್ರಟೀಸ್ ಹೇಳಿದ ಹಾಗೆ ಅದನ್ನು ನಾಟಕದ ಹೊರಗೂ ಆ ಪ್ರಕೃತಿಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಹಂತಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಹೋಗಲಾರ. ಬಹುಶಃ ಪ್ಲೇಟೋನ ಆಡಿಯನ್ಸ್ ಅಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ನಾವು ಇಳಿಯತೊಡಗಿದರೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಂಶೋಧನೆ ಆತನ ಮೇಲೆ ಆಗಿಬಿಡಬಹುದೇನೋ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಜಗತ್ತಿಗೆ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗ ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಹರಡಿದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಹರಡಿದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬಂದಂತಹ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು. ಕ್ರಮೇಣ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ತನ್ನ ಅನೇಕ ಪ್ರಕಾರಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಂಡಂತೆ ಪ್ರಕಟವಾಗತೊಡಗಿದಾಗ ಮತ್ತು ಸಿನಿಮಾ ತಕ್ಕಷ್ಟು ಮಟ್ಟಿಗಿನ ವಿಷಯಗಳನ್ನು, ವಿಷಯದ ಹರುವನ್ನು ತನ್ನಲ್ಲಿ ಒಳಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಹೊರ ಬಂದಾಗ ರೇಡಿಯೋ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ತೋರಿದಾಗ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ನೀರಸವಾಗತೊಡಗಿದವು. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮ ಜನರಿಗೆ ಏನು ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಜನ ಏನನ್ನು

ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದಕ್ಕಷ್ಟೇ ಸೀಮಿತವಾಗಿತ್ತು. ಸಾಹಿತ್ಯವು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚಲಿತವಾಗಿದ್ದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಯೋಗಾತ್ಮಕವಾದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ವಿಸ್ತಾರವು ಅಗತ್ಯವಾಯಿತು.

ಹಾಗಾದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಮೂಹ ಸಮಾಜಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡದ್ದು. ಸಮೃದ್ಧತೆ ಮತ್ತು ಆಡಳಿತಶಾಹಿ ವರ್ಗದಿಂದ ಪ್ರಭಾವಗೊಂಡು ಪಾರಂಪರಿಕ ಮೌಲ್ಯ, ನೀತಿ ತತ್ವಗಳು ವಿಘಟನೆಗೊಂಡ ಸಮಾಜವನ್ನು ಸಮೂಹ ಸಮಾಜವೆನ್ನಬಹುದು. ಮೇಲಾಗಿ ಕೈಗಾರಿಕಾ ಕ್ರಾಂತಿ ಮತ್ತು ನಗರೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮೂಡಿದ ಹೊಸ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಕಗೊಂಡ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಸಮೂಹ ಸಮಾಜವೆಂದು ಕರೆಯಬಹುದು. ಸಮೂಹ ಸಮಾಜವು ಹೆಚ್ಚು ಬೇಧವಿಲ್ಲದ ಸ್ವತಂತ್ರ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ ಸಮೂಹ. ಮೇಲಾಗಿ ಪರಸ್ಪರ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಸಂಬಂಧವುಳ್ಳ ಕೆಲವೇ ಜನಸಮುದಾಯದವರು ತಮ್ಮ ಸ್ವಾರ್ಥಕ್ಕಾಗಿ ಓಲೈಸಿಯಾದರೋ ಇಲ್ಲವೇ ನಂಬಿಸಿಯಾದರೋ ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರನೀತಿಯಿಂದ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಮೂಹದ ಮೇಲೆ ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತವನ್ನು ಸಾಧಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಪ್ರಭುತ್ವವಾದಿಗಳು ತಮ್ಮ ಆಶ್ರಯದಲ್ಲಿ ಇಡೀ ಸಮೂಹ ಸಮಾಜವನ್ನು ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದಲೇ. ಇದು ಗೊತ್ತಾದದ್ದೇ ಮಾಧ್ಯಮವು ಕಾಲಿರಿಸಿದ ದಿನದಂದಿನಿಂದ. ಕೇವಲ ಆಡಳಿತಶಾಹಿಗಳು ತಮ್ಮ ಪ್ರಾಭಲ್ಯವವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಲೋಸುಗ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಮತ್ತು ಜನ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ತಮ್ಮ ಅನಿಸಿಕೆಗಳ ನೆರಳಿನಡಿಯಲ್ಲೇ ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂಬ ಹಂಬಲದಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ಮಾತು ಆ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ರೂಢಿಯಲ್ಲಿದ್ದಿತು.

ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಕೇವಲ ವ್ಯಸನಿಗಳಂತೆ ಮಾಧ್ಯಮ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ನೋಡಲಾಗಿತ್ತು. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಚುಚ್ಚುಮದ್ದಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮೊದಲ್ಗೊಂಡಿತು. ಮಾಧ್ಯಮ ಏನೇ ಹೇಳಿದರು ಅದನ್ನು ಚಾಚೂ ತಪ್ಪದೇ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ಪಾಲಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅದು ಸಾರಿತ್ತು. ಕಾಲ ಕಳೆದಂತೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಅರಿವು ಮಾಧ್ಯಮದ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳಲು ಸಂಕುಚಿತವೆನಿಸಿತು.

೧೯೨೦–೨೩ರಲ್ಲಿ ಬಂದ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಬಗೆಗಿನ ಚುಚ್ಚುಮದ್ದಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ಮದ್ಯವ್ಯಸನಿಗಳಂತೆ ಬಿಂಬಿಸಿತು. ಫ್ರ್ಯಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಶಾಲೆಯಿಂದ ಒಡಮೂಡಿದ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಮಾಜವು ವಿಘಟಿತ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ್ದು, ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸಾಮುದಾಯಿಕ ಜೀವನದ ಶೈಲಿಯಿಂದ ದೂರಗೊಂಡ

ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಂದ ಕೂಡಿದ್ದು ಈ ವಿಘಟಿತ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಅಂದರೆ ಸ್ವತಂತ್ರ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಯಾವುದೇ ಪರಿಣಾಮಕ್ಕೆ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ತುತ್ತಾಗುತ್ತಾರೆ ಎಂದಿತು. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಚುಚ್ಚುಮದ್ದಿನ ಹಾಗೆ ತನ್ನ ಪಥ್ಯವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಲ್ಲದೆ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು ಮಾಧ್ಯಮ ಹೇಳಿದ ಹಾಗೆಯೇ ಅದರ ಆಶಯಗಳನ್ನು ಪಾಲಿಸುತ್ತಾರೆ ಅದರ ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ಕೇಳಿಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯೋನ್ಮುಖರಾಗುತ್ತಾರೆ ಎಂದಿತು. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಹೊರಬರಲು ಕಾರಣ ಜರ್ಮನಿಯಲ್ಲಿನ ಫ್ಯಾಸಿಸ್ಟರು ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದ ರೀತಿ. ಅದರೊಟ್ಟಿಗೆ ಅಮೇರಿಕಾದಲ್ಲಿನ ಬಂಡವಾಳ ಶಾಹಿಗಳೂ ಕೂಡ ತಮ್ಮ ಆಶಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಚುರಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದ ರೀತಿಯನ್ನು ನೋಡಿ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪ್ರಯೋಜನದ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೊರಬಂದಿತು.

ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಯೋಜನದ ಬಗೆಗಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮತ್ತು ಆ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದ್ದ ಅನೇಕ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ತಮ್ಮ ಈ ನಿಲುವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಲು ಕಾರಣ ಅದಾಗಲೇ ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಗಳ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸೇರಿ ಆಮೂಲಕ ಅವರು ದುಡಿಯುವವರನ್ನು ದೌರ್ಜನ್ಯಕ್ಕೊಳಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದ ರೀತಿ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಮಾರ್ಕ್ಸಿಸ್ಟರು ಈ ಕಾಳಜಿಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸದಾಕಾಲ ದುಡಿಯವವರ ಕೈಯಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಒಳಿತೆಂಬುದು. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಮೂಹದ ಕೈಯಲ್ಲಿದ್ದರೆ ಸಮಾಜದ ಒಳಿತಿಗಾಗಿಯೇ ತನ್ನ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ವಿನಿಯೋಗಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅವರು ಅಭಿಪ್ರಾಯಪಟ್ಟಿದ್ದರು. ಅದಾಗಲೇ ಮಾರ್ಕ್ಸಿಸ್ಟರು ಕೆಲವೇ ಕೆಲವು ಬಂಡವಾಳ ಶಾಹಿಗಳ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಇಡೀ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ದೊಡ್ಡ ಶಕ್ತಿಯಾದ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸೇರಲ್ಪಟ್ಟಿದ್ದನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತಾರೆ. ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಕಾಲಿಟ್ಟ ಮೇಲೂ ಕೂಡ ಅನೇಕ ಸಮಾಜ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಮತ್ತು ಮನೋಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಮಾಧ್ಯಮ ಹೊಸದಾಗಿ ಕಾಲಿಟ್ಟಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬಂದಂತಹ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನೇ ಅನುಮೋದಿಸಿದರು. ಕಾರಣ, ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರತಕ್ಕಂತಹ ಕ್ರೂರವಾದ ದೃಶ್ಯಗಳನ್ನು ನೋಡಿ ಮಕ್ಕಳು ಹೇಗೆ ತಮ್ಮ ನಡತೆಯಲ್ಲಿ ಹಾವಭಾವಗಳಲ್ಲಿ. ಅನುಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದರು ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ್ದರು. ಇದೇ ಕಾಲಕ್ಕೆ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಕ್ರೌರ್ಯವು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಾ ಬಂದಿತು. ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಮಕ್ಕಳೂ ಕೂಡ ಪರಸ್ಪರ ಹೊಡೆದಾಟಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರ ಅಪರಾಧಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದರು. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯರನ್ನಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿಭಟನೆ ಇಲ್ಲದೆ ಪ್ರತಿರೋಧವಿಲ್ಲದೆ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನಾಗಿ ನೋಡಿತು. ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯಗಳ

ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಜಡತೆಯನ್ನು ಆವಾಹಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದರು. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಮಾಧ್ಯಮವು ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಟ್ಟಂತಹ ಪಠ್ಯವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಮದ್ದು ನೀಡಿದ ಹಾಗೆ ಎಂದು ಹೇಳಿಬಿಟ್ಟಾಗಿತ್ತು. ಮೇಲಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯೋಚಿಸುವುದಕ್ಕೂ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲದಂತೆ ಬಂದಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ವಿನಮ್ರರಾಗಿದ್ದು ಪಠ್ಯವೇ ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರಭುತ್ವವನ್ನು ಸಾರಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಸುತ್ತೆ ಎಂದು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಾರಿತು. ಇದಕ್ಕಂಟಿಕೊಂಡಂತೆಯೇ ಫ್ರಾಂಕ್‌ಫರ್ಟ್ ಸಿದ್ಧಾಂತವೂ ಕೂಡ ೧೯೩೦ರಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಅಥವಾ ಸಮೂಹವನ್ನು ತನ್ನ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರಭುತ್ವವಾದಿಗಳಿಗೆ ಲಾಭಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಿತ್ತು ಎಂದರು. ಫ್ರ್ಯಾಂಕ್‌ಫರ್ಡ್ ಶಾಲೆಯ ತತ್ತ್ವವಾದಿಗಳು ಕೂಡ ಮಾರ್ಕ್ಸ್ ವಾದವನ್ನು ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿದ್ದರಾದ್ದರಿಂದ ಸಹಜವಾಗಿಯೇ ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ ಘಟನೆಗಳು ಅವರ ಈ ವಾದಕ್ಕೆ ಪುಷ್ಟಿ ಕೊಟ್ಟಿತ್ತು.

ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಮಾಡಿ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ಕೇವಲ ಕುರಿಗಳಂತೆ ನೋಡಿತ್ತು. ಈ ಮೊದಲೇ ಸಂವಹನದ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ಕಳಿಸುವವ ಸಂಕೇತಿಸಿ ಕಳಿಸುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ಹಾಗೇ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಹೀಗಾಗಿ ಅದನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಈ ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಕೊಳ್ಳುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಆತನ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರ, ಆತನ ಓದು, ಇಲ್ಲವೇ ಆತನು ತನ್ನ ಪರಿಸರದೊಂದಿಗೆ ಇತರರೊಂದಿಗೆ ನಡೆಸಿದ ಸಂಪರ್ಕ ಸಂವಹನೆ, ಸಂಬಂಧ ಮತ್ತು ಅವನ ಅನುಭವ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪ್ರಭಾವ, ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡು ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು/ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿದಾಗ ಅದರ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗಿರುವಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಈ ಮೊಟ್ಟ ಮೊದಲ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಠ್ಯದ ಅರಿವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣಾಂತರಗಳಿಂದ ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಪರಾಧಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಿರಬಹುದು. ಹಾಗೆಂದಾಕ್ಷಣ ಆಗಷ್ಟೇ ಬಂದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಹೀಗಳೆಯುವುದು ತಪ್ಪಾಗುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಕೇವಲ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂವಹನೆ ಮಾತ್ರ ಮನುಷ್ಯನನ್ನು ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಉತ್ತೇಜನ ಕೊಡುವುದಿಲ್ಲ. ಅಬರ್‌ಕ್ರಾಂಬಿ ಹೇಳಿದಂತೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾರೂ ಖಾಲಿಹಾಳೆಗಳಲ್ಲ. ಅದರ ಮೇಲೆ ಏನಾದರೂ ಬರೆದು ಮಾಧ್ಯಮ ಹೇಳಿದಂತೆ ಯಾರೂ ಕೇಳುವವರೂ ಅಲ್ಲ. ಸಮೂಹ ಸಮಾಜದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಅವರದೇ ಆದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳಿರುತ್ತವೆ ನಂಬಿಕೆಗಳಿರುತ್ತವೆ. ತಮ್ಮ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ಸಹವಾಸದೊಂದಿಗೆ ಅನೇಕ

ಒಳತೋಟಿಗಳು ಹೊಳೆದು ಅವರ ಜೀವನವನ್ನು ರೂಪಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ತಮ್ಮ ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ನೇರವಾದ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಅಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಅವರು ಒಳಗಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಜಡರನ್ನಾಗಿ ನೋಡುತ್ತಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವೇ ಹೆಚ್ಚೆಂದು ಕಾಣುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೊಳಪಡಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥ ನೇರವಾಗಿ ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರದಲ್ಲಿಯೇ ಸುಲಭವಾಗಿ ದೊರಕುತ್ತದೆ ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥ ಸಿದ್ಧರೂಪದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಈ ತಿಳುವಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಸದಸ್ಯನನ್ನು ಸಮಾಜದಿಂದ ಬೇರ್ಪಡಿಸಿ ನೋಡಿದ್ದು ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೆ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಇತರೆ ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು ಹೊರತು ಪಡಿಸಿ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ನೋಡಿದ್ದೇ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ವೈಫಲ್ಯಕ್ಕೆ ಕಾರಣ.

ಕಾಲಕ್ರಮೇಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ–ಮಾಧ್ಯಮ–ಪಠ್ಯದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವಂತಹ ಇನ್ನೊಂದು ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೊರಬಂದಿತು. ಮುಂದಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಹೋಗುವ ಮುನ್ನ ನಾವು ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯ ಇದರ ನಡುವಿನ ಅಂತರವನ್ನು ಅರ್ಥವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲೇಬೇಕಾಗಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ತರಂಗಾಂತರಗಳಿಂದ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಜಾರಿಗೊಳಿಸುತ್ತವೆ. ರೇಡಿಯೋ ಶ್ರೋತೃಗಳನ್ನು/ಕೇಳುಗರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ಶ್ರವ್ಯ ಇವೆರಡನ್ನೂ ಒಡಮೂರಿಸುವುದರಿಂದ ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನೋಡುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಕೇಳುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಾಗಿರಬಹುದು, ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳಾಗಿರಬಹುದು ಇನ್ನಿತರ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗಿರಬಹುದು ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಸಾಧನವಾಗಿ ನಮಗೆ ಕಾಣುತ್ತವೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಸಾಧನವಾದರೆ ಈ ಸಾಧನದಿಂದ ಹೊರಹೊಮ್ಮುವ ಸಂವಹನೆಯೇ ಪಠ್ಯ. ಈ ಪಠ್ಯವು ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನಲ್ಲಿ ವಾರ್ತಾ ಸಂಚಿಕೆಯಾಗಿರಬಹುದು, ಜ್ಯೋತಿಷ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರವನ್ನು ತಿಳಿಹೇಳುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವಾಗಿರಬಹುದು, ಧಾರಾವಾಹಿಯಾಗಿರಬಹುದು, ಇಲ್ಲವೇ ರಿಯಾಲಿಟಿ ಷೋ ಅಥವಾ ಹಾಸ್ಯ ಮಿಶ್ರಿತ ಸಂಚಿಕೆಯಾಗಿರಬಹುದು, ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಕೂಡಾ ಪಠ್ಯವು ಹಾಡಿನ ರೂಪದಲ್ಲಿರಬಹುದು, ಭಾವಗೀತೆಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿರಬಹುದು, ನಾಟಕದ ರೂಪದಲ್ಲಿರಬಹುದು ಭಾಷಣದ ರೂಪದಲ್ಲಿರಬಹುದು ಈ ಎಲ್ಲಾ ಪಠ್ಯಗಳು ಅನುರೂಪವಾದ ಸಾಧನಗಳಿಂದ ಹೊರಹೊಮ್ಮುತ್ತಿರುತ್ತವೆ ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು

ಒಬ್ಬನೇ ನೋಡುತ್ತಾನೆ ಎಂಬ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಆಕರಗಳಿಲ್ಲ. ಜ್ಯೋತಿಷ್ಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನ ನೋಡುತ್ತಿರಬಹುದು. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಇಂಥದೇ ಗುಂಪಿಗೆ ಎಂದು ಪಠ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶನ ಮಾಡಲಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಹೀಗಿರುವಲ್ಲಿ ನಾವು ಈಗ ನೋಡುವ ಮುಂದಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಪಠ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ ಹೇಗೆ ಒಂದು ಮಾಡುತ್ತವೆ ಎಂದು ಗೋಚರವಾಗುತ್ತವೆ.

೧೯೮೦ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಈ ಹಿಂದೆ ಬಂದಂತಹ ಎಫೆಕ್ಟ್ಸ್ ಮಾದರಿಯ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಉತ್ತರವೆಂಬಂತೆ ಬಂದಿತು. ಎಫೆಕ್ಟ್ಸ್ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಕೇವಲ ಏಕಮುಖಿಯಾಗಿತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಕೇಂದ್ರವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅವರ ಮೇಲೆ ಹೇಗೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕಿಂತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿ ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಳಿತು. ಸಮೂಹ ಸಮಾಜದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಅಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ತಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಬೇಕುಗಳಿದ್ದು ಅದನ್ನು ಪೂರೈಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಧ್ಯಮದ ಅನೇಕ ಪಠ್ಯಗಳಿಗೆ ಅಥವಾ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಅನೇಕ ಪಠ್ಯಗಳಿಗೆ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ಪ್ರಕಾರ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮನಶ್ಶಾಸ್ತ್ರದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಿದ್ದು ಜನರ ಬೇಡಿಕೆ ಯಾವರೀತಿ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಜನರು ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಏನನ್ನು ಆಶಿಸುತ್ತಾರೆ ಯಾವ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಈ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಯಾವ ಯಾವ ಬಗೆಯಲ್ಲಿ ಜನರಿಗೆ ಈ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪರಿಚಯವಾಗುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಯಾವ ರೀತಿಯ ಪ್ರತಿಫಲನದಲ್ಲಿ ಪರ್ಯವಸಾನಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಜನರು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ತಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕವಾದ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಹೆಗ್ಗಳಿಕೆ ಏನೆಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರನ್ನಾಗಿ ನೋಡಿದ್ದು, ಈ ಹಿಂದಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯರನ್ನಾಗಿ ನೋಡಿತ್ತು. ಉಪಯೋಗ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲತೆ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವಿವಿಧ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವ ಶಕ್ತಿಯಲ್ಲಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಬ್ಲಮರ್ ಮತ್ತು ಕಾಟ್ಸ್ ಅವರು ಸಮಾಜದ ಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ನಾಲ್ಕು ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದರು. ಮೊದಲನೆಯದು ಬೇಸರದಿಂದ ಅಥವಾ ಏಕತಾನತೆಯಿಂದ ದೂರಗೊಂಡು

ಮನಸ್ಸನ್ನು ಉಲ್ಲಾಸಭರಿತರನ್ನಾಗಿ ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಸಮೀಕರಣ. ತಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಂಡು ನೋಡುತ್ತಾ ಸಮಾಧಾನ ಪಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಾಗಲೀ ತಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಆದಂತಹ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಹಗುರಗೊಳಿಸಿ ಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಾಗಲೀ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಮೂರನೆಯದಾಗಿ ತಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಾರಿಕೊಳ್ಳಲು, ನಾಲ್ಕನೆಯದಾಗಿ ತಮ್ಮ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ಅಥವಾ ಜಗತ್ತಿನ ಆಗುಹೋಗುಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯುತ್ತಾ ತಮ್ಮ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸಲು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ತನ್ನ ಪಠ್ಯದಿಂದ ಎಲ್ಲರನ್ನು ಮೋಡಿ ಮಾಡಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಿರುವ ಸಮ್ಮೋಹನ ಶಕ್ತಿಯಿಂದ ಮನುಷ್ಯನ ವಿವೇಚನೆಯನ್ನು ಮೊಟಕುಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಜರ್ಮನಿಯ ಖ್ಯಾತ ಸಮಾಜ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ರಾಬರ್ಟ್ ಮಾರ್ಕ್ಯುಸ್ ಅವರು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಪಡುತ್ತಾರೆ. ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ ಅಂದರೆ ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕನಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹ್ಯಾಗೆ ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿದ ಪ್ರತಿಫಲನ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಡುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು/ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಅಥವಾ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಯ ಕಂತೆಗಳಾಗಿಯೇ ನೋಡುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಈ ಮಾಹಿತಿಯ ಕಂತೆಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಒಂದೇ ತರದಲ್ಲಿ ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕೂಡ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ನಾಲ್ಕು ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹ್ಯಾಗೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆಂದು ಹೇಳಿದಾಗಲೇ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಎಲ್ಲರೂ ಕೂಡ ಈ ನಾಲ್ಕು ಅಗತ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಿಲ್ಲೊಂದು ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕನಾಗಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದೇ ಆಗಿದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಈ ನಾಲ್ಕೇ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸಿದ್ದಾಗಿಯೂ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಸಾರುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಬಂದಂತ ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ತಮ್ಮ ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕ ಹಾಗೆ ಹ್ಯಾಗೆ ರೂಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಳುವುದಿಲ್ಲ.

ಕೇವಲ ಮನುಷ್ಯರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಯಾರೂ ಅದರ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಗ್ರಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಈ ಹಿಂದೆ ಹೇಳಿದಂತೆ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮನುಷ್ಯನ ಗ್ರಹಿಕೆ ಆತನ ಪರಿಸರ, ಆತನ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಅವನ ಮೇಲೆ ಬೀರಿದ ಪ್ರಭಾವ ಆತನಿಗಿರುವ ಓದಿನ ಸವಲತ್ತು, ಓದಿನ ಅನುಭವ ಮತ್ತು ಇತರೆ ಎಲ್ಲಾ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಂಶಗಳನ್ನೊಳಗೊಂಡಂತೆ ಹೊಸ ಅರ್ಥವು ಹೊಳೆಯುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವಾಗ ಇವೆಲ್ಲವೂ

ಕಲೆತು ಹೊಸ ಅರ್ಥವನ್ನು ತನ್ನ ಅಗತ್ಯಕ್ಕನುಗುಣವಾಗಿ ಆತ ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ನೋಡುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಒಂದು ವೈರುಧ್ಯ ಗೋಚರವಾಗಬಹುದು. ಏನೆಂದರೆ ಅಕಸ್ಮಾತ್ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಈ ನಾಲ್ಕು ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಾಹಿತಿ ಸ್ಪಂದಿಸಿಲ್ಲವಾದರೆ ಆತ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದಿಲ್ಲವೋ ಎಂಬುದು. ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಆದ ಮೇಲೆ ಈ ನಾಲ್ಕು ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕನಾಗಿ ತನಗೆ ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೋ ಎಂಬುದು.

ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಬಹಳ ಸರಳವಾಗಿ ಕಂಡರೂ ಅದರ ಒಳ ಹೊಕ್ಕು ನೋಡಿದಾಗ ಬಹಳ ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರವಾದ ಅರ್ಥವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊರ ಸೂಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆ ಮಾಡುತ್ತಲೇ ತನ್ನ ಅರ್ಥ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಬಹಳ ಸಂಕುಚಿತಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಆದರೂ ಕೂಡ ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮಾಧ್ಯಮ ಬಂದಾದ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಬಂದ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವೇ ಎನ್ನಬಹುದು. ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯಗಳು ಎಂಬ ಮಾತನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಈ ವರೆಗೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಟ್ಟಂತಹ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅದು ಹೇಳಿದ ಹಾಗೆ ಕೇಳುವ ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮ ನಿರ್ದೇಶಿಸಿದ ಹಾಗೆ ನಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಎಂದು ಸಿದ್ಧಾಂತ ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದವು. ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಬಂದಾದ ನಂತರ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯವನ್ನು ತನ್ನ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಅಥವಾ ತನ್ನ ಲಾಭಕ್ಕೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಎಂದದ್ದರಿಂದ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಹೊಸ ಆಯಾಮವನ್ನು ತಂದುಕೊಟ್ಟಿತ್ತು.

ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರನ್ನಾಗಿ ನೋಡಿದ್ದಲ್ಲದೆ ಒಂದು ಸಮೂಹಕ್ಕೆ ಅಂಟಿಕೊಂಡ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿಯುಳ್ಳ ಜನರ ಗುಂಪು ಎಂದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಕರೆಯಿತು. ಮೇಲಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ತಾವು ಪಡೆಯುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿಂದಾಗಿ ತಮ್ಮ ನಡುವಿನ ಜ್ಞಾನಾಂತಿಕ ಒಲವುಗಳು ನಡೆ ನುಡಿಗಳು, ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳಕನ್ನು ಚೆಲ್ಲುವಂತಾಯಿತು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ. ಏನೇ ಇದ್ದರೂ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಕೂಡ ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ತನ್ನ ನೆಲೆಯನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಅಬೆರ್‌ಕ್ರಾಂಬಿ ಹೇಳುವಂತೆ '...ಈ ಸಮೂಹದ ಜನರನ್ನು ಎಷ್ಟು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರನ್ನಾಗಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದರೆ ಆ ಸಮೂಹದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ತಮ್ಮಲ್ಲಿರುವ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಇನ್ನಿತರೆ ಶಕ್ತಿಗಳು ತಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಮಾಡುವ ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು

ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಶಕ್ತಿ ಇದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರ್ಪಟ್ಟಿರಲಿಲ್ಲ.'[೩] ಮೇಲಾಗಿ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಮತ್ತೊಂದು ಹಿನ್ನೆಡೆಯೆಂದರೆ ಎಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಬಂದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನೇ ಅದು ಮಾತನಾಡಲಿಲ್ಲ. ಜೊತೆಗೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಒಟ್ಟಿಗಿನ ತಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಸಹಕಾರಿಯಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಅರಿವಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಅದನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸಿತ್ತು. ಒಂದು ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥ ಹೊಳೆಯಬೇಕಾಗಿದ್ದರೆ ಸಂವಹನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಆತನ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರ ಅವನು ಬದುಕಿರುವಂತಹ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಅವನಿಗಾಗಿರುವ ಅನುಭವಗಳ ಮೂಸೆಯಿಂದಲೇ ಹೊಳೆಯಿಸುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ಆದರೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಅವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಕಡಗೆಣಿಸಿ ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರೆಂದಷ್ಟೇ ಹೇಳಿತು. ಬಹುಶಃ ಮಾರ್ಕ್ಸ್ ವಾದಿಗಳಿಗೆ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗಿಲ್ಲವೋ ಅಥವಾ ಸುಮ್ಮನಿದ್ದು ಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾರೋ ತಿಳಿಯದು. ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬೇಕಾಗಿರುವುದು ಇಂಥ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೇ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ ಜನಸಮೂಹವನ್ನು ಅದರ ಬಳಕೆಗೆ ಪ್ರಚೋದಿಸಿ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಸಮೃದ್ಧಿಗೆ ಅವರನ್ನು ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳ ಬೇಕೆನ್ನುವ ಹಂಬಲ ಅದಕ್ಕಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವೂ ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದು ಅದನ್ನೇ. ಆದರೆ ಜನಸಮುದಾಯದ ಮೂಲಕ ಆ ಅರ್ಥವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.. ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನೆಯ ಆಧಾರವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದ ಈ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಿದ್ಧಾಂತ ನಿಜಕ್ಕೂ ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರವಾಗಿದೆ. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮವೇ ಜನ ಸಮುದಾಯದ ಎಷ್ಟೋ ಸಂಕಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರ ಅಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಅವರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಯಾರೂ ಕೂಡ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೊರೆ ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾವತ್ತಿಗೂ ಕೂಡ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಸಮಾಧಾನಕರ ಉತ್ತರ ಸಿಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಶ್ನೆ ಕಾಡುವುದೆಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಜನರ ಕಷ್ಟಗಳು ಈ ಮೂಲಕವೇ ಈಡೇರಬೇಕೆಂಬ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ತಯಾರಿಸು ತ್ತವೆಯೋ ಮತ್ತು ಅಕಸ್ಮಾತ್ ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ನಮೂದಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಬೇಡಿಕೆಗಳು ಈಡೇರದಿದ್ದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಯಾವರೀತಿಯ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾನೆ, ಆತ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ನಿರ್ಧಾರಗಳೇನು ಮತ್ತು ಆತ ತಿರುಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನೇ ತನ್ನ ತತ್ಸಂಬಂಧಿ ಸಂಬಂಧಗಳಿಗೆ ಮೊರೆ ಹೋಗುತ್ತಾನಾ? ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನೇ ಉಸಿರಾಗಿಸಿ ಕೊಂಡಿರುವ ಕೆಲವೇ ಕೆಲವು ಸಮುದಾಯದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ನಿಜಕ್ಕೂ ಇದರಿಂದ ಪ್ರಯೋಜನ ವಾಗುತ್ತಿದೆಯಾ? ಈ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಫಲನ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಉತ್ತರ ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರಯೋಜನ ಅಥವಾ ಪ್ರತಿಫಲನ ಎಂದರೆ ಕೇವಲ ಮನುಷ್ಯನಿಗೆ ತನ್ನ

ಸಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆಗಿರತಕ್ಕಂತಹ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಸಮಾಧಾನಕರ ಉತ್ತರಕೊಡುವುದು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ತಮ್ಮ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬದಿಗಿಟ್ಟು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಓದುವಾಗ ತಮಗೆ ಬಂದೊದಗಿದ ಅನುಭವಗಳಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಗಳು ಯಕಶ್ಚಿತ್ ಆಗುತ್ತವೆ ಅಷ್ಟೇ.

ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಬರುವ ಮುನ್ನ ಮತ್ತೊಂದು ಬಹಳ ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕವಾದಂತಹ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಒಂದಿತ್ತು. ದ್ವಿ ಹಂತಹ ಸಂವಹನ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಎಂಬುದು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಹೆಸರು. ಬಹುಶಃ 'ಟೂ ಸ್ಟೆಪ್ ಫ್ಲೋ' ಅನ್ನುವ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಭಾಷಾಂತರವನ್ನು ಹೀಗೆ ಹೇಳಬಹುದೇನೋ. ೧೯೪೦ ರ ಅಮೆರಿಕದ ಚುನಾವಣೆಯನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೊರ ಬಂದಿದ್ದರಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಆಡಳಿತಶಾಹಿಗಳು ಹೇಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು ಎಂಬುದು ಕೂಡ ತಿಳಿದುಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಳುವ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಪರಿಣಾಮಗಳು ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮವೆಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮ ಹೇಳಿದ ರೀತಿ ಕೇಳುವ ಪರಿಣಾಮ ಅಂದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಕಾರಣ ನಾವು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿರುವುದು ಕೇವಲ ಚುನಾವಣೆಯ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಭಾವ ಹೆಚ್ಚಿರಬೇಕೆಂದರೆ ಪ್ರಯೋಜನ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಇಲ್ಲಿ ತರ್ಕಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಇದರ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನುರಿತ ತಜ್ಞರ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸುವುದರಿಂದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವವರು ತಜ್ಞರೇ ಆಗಿರುವುದರಿಂದ ಅವರ ಮಾತನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೇಳುತ್ತಾನೆ. ಅವರ ಮಾತಿಗೆ ಬೆಲೆ ಕೊಟ್ಟು ಪಠ್ಯದ ಸಾರವನ್ನು ಚಾಚೂ ತಪ್ಪದೆ ಹಿಂಬಾಲಿಸುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದೇ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ವ್ಯಾಖ್ಯವಾಗಿತ್ತು.

ದ್ವಿಹಂತದ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ನಂತರಕ್ಕೆ ಬಂದದ್ದು ಪೋಷಣ ಸಿದ್ಧಾಂತ. ಬಹುಶಃ ಚುಚ್ಚುಮದ್ದಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ವ್ಯಸನಿಗಳಂತೆ ನೋಡುತ್ತದೆಯೋ ದ್ವಿಹಂತದ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮತ್ತೊಬ್ಬರ ಮೂಲಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಹೇರುತ್ತದೆಯೋ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಸಾಕಾಗದಾಗ ಪೋಷಣ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಹೊರಬಂದಿದೆ. ಬಹುಶಃ ಮಾಧ್ಯಮ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಈ ಎರಡೂ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳದ್ದರಿಂದ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಬಂದಿರಬಹುದು. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪ್ರಕಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಪದೇ ಪದೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲೆ ಹೇರುತ್ತಿದ್ದರೆ ಆ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥ ಅವನಿಗೆ ಮನದಟ್ಟಾಗುತ್ತದೆ. ಈ

ಸಿದ್ಧಾಂತವೂ ಕೂಡ ಆಡಳಿತಶಾಹಿಗಳ ಪ್ರಲೋಭನೆಗಾಗಿಯೇ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದ್ದಿರಬಹುದು. ಕಾರಣ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಪದೇ ಪದೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲೆ ಹೇರುವುದರಿಂದ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಆಗುವ ಪರಿಣಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಇದು ಯೋಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹೇರಿದಾದಮೇಲೆ ಆತ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದಿಂದ ನಿರ್ದೇಶಿತನಾಗುತ್ತಾನೆ ಎಂದು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಾರುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಅಥವಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಗ್ರಹಣ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಕುಂದಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದೇ ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಕೇವಲ ತನ್ನ ಪಠ್ಯದ ಮೇಲಿನ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿರಲಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಬಾಹ್ಯ ಬಲಪ್ರಯೋಗವನ್ನು ಇದು ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿತು. ಯಾವುದೇ ಪಠ್ಯ ಪದೇ ಪದೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಹೇರುವಂತಾಗಿದ್ದರೆ ಅದನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ದೂರ ತಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಅದರಿಂದ ವಿಮುಖಗೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಹೇಳಿ ಕೇಳಿ ಚುನಾವಣಾ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕಾಗಿ ಆಡಳಿತಾರೂಢ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಪ್ರಲೋಭನೆಗಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಂತಹ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಬಾಹ್ಯ ಬಲಪ್ರಯೋಗದಿಂದಲೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸವಿಯಲು ತಳ್ಳುತ್ತಿತ್ತು. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಕ್ರಿಯೆ ಬಹುಶಃ ಹೆಚ್ಚುಕಾಲ ನಡೆಯಲಿಲ್ಲ.

ಪ್ರಯೋಜನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ವಿಘಟಿತ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನಾಗಿ ನೋಡದೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಮತ್ತು ಸಮುದಾಯದ ಭಾಗವಾಗಿ ನೋಡಿದ್ದೇ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಹೆಗ್ಗುರುತು. ಜೇಮ್ಸ್ ಹ್ಯಾಲರಾನ್, ಫಿಲಿಪ್ ಎಲಿಯಟ್ ಮತ್ತು ಗ್ರಹಾಂ ಮುರ್ಡಾಕ್ ೧೯೭೦ರಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ತಾತ್ವಿಕವಾದಂತಹ ಹಂದರದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪದ್ಧತಿಯೆಂದರೂ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನವನ್ನು ಈ ಪದ್ಧತಿಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೆಂತಲೂ ಮತ್ತು ಇವೆರಡೂ – ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಂವಹನೆ ಇವೆರಡೂ – ವಿಸ್ತೃತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಂಗಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾದುವೆಂಬುದನ್ನು ಸಮಗ್ರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಚರ್ಚೆ ಮಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಕೊಡುವ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥರಗಳನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದು ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಿತು. ಅವರ ಪ್ರಕಾರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥರ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಅವರು ಗುರುತಿಸಿದ್ದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು. ಅವರು ಕೈಗೊಂಡಿರುವ ಉದ್ಯೋಗವು ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಅವರು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮಾಹಿತಿಯ ಅರ್ಥವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

ಇಲ್ಲೊಂದು ಒಳತೋಟಿಯನ್ನು ನಾವು ಗಮನಿಸಲೇಬೇಕು. ಅದೇನೆಂದರೆ ಮನುಷ್ಯನ ಕೆಲಸವು ಅವನ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ವಭಾವವನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುತ್ತದೆ. ಯಾರು ಯಾವ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೋ ಆ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಹಾಗೆ ಅವರ ಶ್ರಮಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಹಾಗೆ ಹಣ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಅವನು ಪಡೆಯುವ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯವು ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ಅವನ ಸ್ಥರವನ್ನು ಮತ್ತು ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಅವನ ಒಲವುಗಳನ್ನೂ ಕೂಡ ಬದಲು ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮಾಧ್ಯವನ್ನು ನೋಡುವ ರೀತಿ, ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಡುವಂತಹ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುವ ರೀತಿ ಆ ಅರ್ಥವನ್ನು ತನ್ನ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ರೀತಿ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಗ್ರಹಣ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದ ಶಕ್ತಿ ಅಂದರೆ ಅರ್ಥ ಕೊಡುವ ಶಕ್ತಿ ಮನುಷ್ಯನ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಜೇಮ್ಸ್‌ಹಾಲರಾನ್, ಫಿಲಿಪ್ ಎಲಿಯಟ್ ಮತ್ತು ಗ್ರಹಾಂ ಮುರ್ಡಾಕ್ ಅವರು ಗುರುತಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸಮಾಜ ಶಾಸ್ತ್ರದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಂದ ಈ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ವರ್ಗ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ರಚನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನ ಹರಿಸಿತು. ಮೇಲಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಠ್ಯಗಳಿಂದ ಪಡೆಯುವ ಅರ್ಥ ಅವರ ವರ್ಗವನ್ನು, ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ಸ್ಥಾನಮಾನವನ್ನು ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಾರಿತು.

ಇವರ ಮಾತು ಒಂದು ಹಂತಕ್ಕೆ ನಿಜವೆನ್ನಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಉದ್ಯೋಗ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಸಂಬಳ ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಆಯಾ ಸ್ಥರದಲ್ಲಿ ಇರುವ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯದಿಂದ ಮನುಷ್ಯ ತನ್ನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅವನದೇ ಆದ ಜೀವನ ಶೈಲಿಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಎಲ್ಲರದ್ದೂ ಒಂದೇ ಜೀವನ ಶೈಲಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ತಕ್ಕಹಾಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೇಲಿನ ಬೇಡಿಕೆ ಪಠ್ಯಗಳ ಆಯ್ಕೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಇದನ್ನೇ ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತವೆ. ಕಾರಣ ಈ ಮೂಲಕವಾಗಿ ತನ್ನನ್ನು ತಾನೇ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾನೀಕರಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅವನ ಆಯ್ಕೆಗಳು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಸಂವಹನಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೂ ಕೂಡ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಬರುತ್ತಿದ್ದರೂ ನಿರ್ಧಿಷ್ಟವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯ ಈ ಮೂರನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ನಡೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, ಕೊಡು–ತಗೊಳ್ಳುವ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಸಮಗ್ರವಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಹೇಳುವಂತಹ ಯಾವುದೇ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಬರಲಿಲ್ಲ. ೧೯೫೦ರ ನಂತರ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯಾಪಿಸಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ಅವೆಲ್ಲವನ್ನ ಹಿಂದಿನ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ಮೂಸೆಯಲ್ಲೇ ನೋಡಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು.

ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ಮಾಧ್ಯಮ ಯಾರಿಗಾಗಿ ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆ ಸಹಜವಾಗಿ ಕಾಡುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮವಿರುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಯಾರು? ಕೇವಲ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದರಾಯಿತೇ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಅಂಗಡಿಯಿಂದ ಏನಾದರೂ ಕೊಂಡಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ತಂದು ಆತ ಮನೆಯಲ್ಲೇ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಏನಾದರೂ ಕೊಂಡಾಗ ಕೊಳ್ಳುವ ಮುನ್ನ ಅದರ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸುತ್ತೇವೆ. ಕೊಂಡಾದ ಮೇಲೆ ಯೋಚಿಸಿದಂತಹ ಪ್ರತಿಫಲಗಳನ್ನು ಅದರಿಂದ ಪಡೆಯುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತೇವೆ. ಈ ಮೂರು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅಂದರೆ ಕೊಳ್ಳುವ ಮುನ್ನ ಯೋಚಿಸುವು, ಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಕೊಂಡಾದ ನಂತರ ಅದನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ನಾವೇ ರೂಪಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತೇವೆ. ಇದು ನಮ್ಮ ಅಗತ್ಯ. ಅದೇ ರೀತಿ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ಕೂಡ. ಅಂದರೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೂ ಕೂಡ ಹೀಗೇ ನಡೆಯುತ್ತವೆ. ನಮಗೆ ಯಾವ ಪಠ್ಯ ಬೇಕು? ಈ ಪಠ್ಯ ಯಾವ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅದನ್ನು ಯಾವಾಗ ನಾವು ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕು? ಅದು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗ ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅದು ನಮಗೆ ಯಾವ ರೀತಿ ಉಪಯೋಗವಾಗಬೇಕು. ಈ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ನಾವು ಮೊದಲೇ ತಿಳಿದುಕೊಂಡಿರುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಬೇಸರಕ್ಕಾಗಿ ನಾವು ಟೆಲಿವಿಷನ್ ನೋಡುತ್ತೇವೆ ಎಂದಾದರೆ ನಮಗೆ ಬೇಸರವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಆ ಬೇಸರದಿಂದ ಹೊರಬರಲು ನಮಗೆ ಒಂದು ದಾರಿಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಈಗಾಗಲೇ ಯೋಚನೆ ಮಾಡಿರುತ್ತೇವೆ. ಈ ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಬೇಸರದಿಂದ ಹೊರಬರಲು ಮಾಧ್ಯಮದ ಈ ಪಠ್ಯವೇ ಸಾಕೆನಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಹೊಳೆಯುವ ಸರಳವಾದ ಅರ್ಥವೇನೆಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದ್ದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿಯೇ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಗಳು ಸೃಷ್ಟಿಯಾದದ್ದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅಥವಾ ವೀಕ್ಷಕ ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ ವ್ಯಕ್ತಿಯೋ, ಒಬ್ಬ ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳೋ ಅಥವಾ ಒಂದು ಸಮೂಹವೋ? ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮದ ಒಟ್ಟಾರೆ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯೇ ಉತ್ತರ.

ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ವರ್ಗ ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಒಬ್ಬಿಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಲ್ಲ, ಅಥವಾ ಒಂದು ನಾಡಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಇಷ್ಟೇ ಸಂಖ್ಯೆಯ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಲ್ಲ. ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಮತ್ತು ರೇಡಿಯೋ ಇವುಗಳನ್ನೇ ಗಮನಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡಾಗ ಇವುಗಳ ವಿಸ್ತಾರ ಇವುಗಳ ಬಾಹು ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಇರುವ ಅಷ್ಟೂ ಸಮುದಾಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಂದಾಕ್ಷಣ ಎಲ್ಲರೂ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನೋಡಬೇಕಾದ್ದಿಲ್ಲ. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯ ರುಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಅನೇಕ ಪಠ್ಯಗಳು

ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಲಿರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೆ ಅನೇಕ ಸಮುದಾಯಗಳು ಸೇರಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸವಿಯುವುದರಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಸಮೂಹ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಾಗುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಈ ಸಮೂಹ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸವಿಯುವ ರೀತಿಯು ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಈ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ನಾನಾಕಾರಣಗಳಿವೆ. ಬಹುಶಃ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಕಾಲಿರಿಸಿದಂತಹ ಪ್ರಥಮ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಬಂದಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪರಿಣಾಮ, ಮಾಧ್ಯಮದ ಪೋಷಣೆ, ಉಪಯೋಗ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲನ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಎಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಬಹಳ ಸಂಕುಚಿತವಾಗಿ ಕಾಣುತ್ತವೆ. ಇವು ಯಾವುವೂ ಕೂಡ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ವಿಸ್ತೃತ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಗಮನಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿರಲಿಲ್ಲ. ಬಹುಶಃ ಅವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಕೇವಲ ಒಂದು ನಾಡಿಗೆ ಅಥವಾ ತಮ್ಮ ಕಣ್ಣಿಗೆ ಕಂಡ ಕೆಲವೇ ಕೆಲವು ಸಮುದಾಯಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸಿದಂತೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಒಟ್ಟಾರೆ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ನೋಡಿದ್ದವು. ೧೯೭೦ರ ದಶಕದ ನಂತರ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ತನ್ನ ಬಾಹುಗಳನ್ನು ಅನೇಕ ಸಮುದಾಯಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಳಿಸುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಈ ಹಿಂದೆ ಬಂದಂತಹ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಸಾಕಾಗಲಿಲ್ಲ. ಅವುಗಳ ವಿಸ್ತರಣೆಯೂ ಬೇಕಾಯಿತು. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಸಮಾಜಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು, ಮನಶ್ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು, ಮಾನವ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರು ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ಮೊರೆಹೊಕ್ಕರು.

೩.೩. ಪಠ್ಯ, ಓದುಗ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಮತ್ತು ಚರ್ಚೆ

ಸಾಹಿತ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಮೊದಮೊದಲಿಗೆ ಅಲಂಕಾರದ ಬಗ್ಗೆ, ಕಾವ್ಯದ ಭಾಷೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಕಾವ್ಯದಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸುವ ವಸ್ತು ಉಪಮಾಲಂಕಾರಗಳ ಬಗೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಡಲಾಗಿತ್ತು ಮತ್ತು ತಕ್ಕ ಭಾಷೆಯ ಮೂಲಕ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಎಷ್ಟು ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಸೋಪಜ್ಞವಾಗಿ ಹೇಳಲು ಸಾಧ್ಯ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಅಂದಿನ ಮೀಮಾಂಸೆ ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ಭೌಗೋಳಿಕ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಪರಿಧಿಯಲ್ಲಿ ರಚನೆಯನ್ನು ಇಟ್ಟು ನೋಡಿದ್ದು ತೀರಾ ವಿರಳ. ರಮ್ಯತಾವಾದದ ವಿರುದ್ಧ ಸೆಟೆದುನಿಂತ ರಚನಾ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಓದುಗನನ್ನು ಹೊರಗಿಟ್ಟು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ರಚನಾಕಾರರನ್ನೂ ಹೊರಗಿಟ್ಟು ಕೇವಲ ರಚನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆಯನ್ನ ನೀಡಿತು. ಸಾಲುಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಿದಂತಹ ಅಲಂಕಾರಗಳು, ಅಲಂಕಾರಗಳಿಂದ ಉದ್ಭವಗೊಂಡ ಒಳಾರ್ಥಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗೆಗೆ ಮತ್ತು ಶೈಲಿಯ ಬಗೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನಹರಿಸಿತು. ಎಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಓದುಗನಾಗಲೀ ಅವನ ಅರ್ಥ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಾಗಲೀ ಬೆಳಕಿಗೆ ಬರಲಿಲ್ಲ. ಸರಿಸುಮಾರು ೨೦ನೇ ಶತಮಾನದಿಂದ ಎರಡನೇ ಮಹಾಯುದ್ಧದ

ಕೊನೆಯವರೆಗೂ ರಚನಾ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಾಹಿತ್ಯದಲ್ಲಿ ಮೊದಲುಗೊಂಡಿತ್ತು. ೧೯೭೦ರ ವರೆಗೂ ರಚನಾ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯ ಸಿದ್ಧಾಂತದಿಂದಲೇ ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಪ್ಲೇಟೋಯಿಂದ ಹಿಡಿದು ೧೯೭೦ರ ವರೆಗೂ ಬಂದಂತಹ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡಾ ರಚನಾ ವೈವಿಧ್ಯವನ್ನು ಹಾಗೂ ರಚನೆಯನ್ನೇ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಬಂದಂತಹ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು. ಆದರೆ ಆಶ್ಚರ್ಯವೋ ಎಂಬಂತೆ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್‌ನಿಂದ ಹಿಡಿದು ಹೊರೆಸ್ ವರೆಗೂ ಹೊರೆಸ್‌ನಿಂದ ಹಿಡಿದು ಲಾಂಜಿನೆಸ್ ವರೆಗೂ ಇವರೆಲ್ಲರೂ ಕೂಡ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಓದುಗರನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಕುರಿತಾಗಿ ಕೆಲವು ಉತ್ತಮ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಆಡುತ್ತಾರೆ. ರಚನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಟ್ಟಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನೂ ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ರಚನಾಕಾರರಿಗೆ ಕೆಲವು ಬುದ್ಧಿಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಅಂತೂ ಸಮಯ ಸ್ಥಳ ಮತ್ತು ಕಥೆಯ ಸಾಮಂಜಸ್ಯದ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾನೆ. ಈ ಮೂರನ್ನೂ ಮೀರಿದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ತಬ್ಬಿಬ್ಬಾಗಿ ಆತ ನಾಟಕವನ್ನಾಗಲೀ ಅಥವಾ ಕವಿತೆಯನ್ನಾಗಲೀ ಅರ್ಥೈಸಲು ಕಷ್ಟಸಾಧ್ಯ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಒಬ್ಬ ಕವಿ, ಸಮಯ, ಸ್ಥಳ ಮತ್ತು ಕಥೆಯ ಹಂದರದ ಸಾಮಂಜಸತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಇಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ರಚನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದರೂ ರಚನೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಹೇಗೆ ತಕ್ಕನಾಗಿರಬೇಕೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ.

ಕ್ರಿ.ಪೂ. ಮೊದಲನೆಯ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿದ್ದ ಹೊರೇಸ್[೪] ಇದನ್ನೇ ಮುಂದುವರೆಸಿ ಕೆಲವು ಉತ್ತಮವಾದ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಆಡುತ್ತಾನೆ. ಅವನು ಕಿರಿಯ ಕವಿಗಳಿಗೆ ಕಿವಿಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾ ಆರ್ಸ್ ಪೊಯಟಿಕ ಎಂಬ ಕೃತಿಯನ್ನು ರಚಿಸುತ್ತಾನೆ. ಆ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ರಚನೆಯ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಲೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಹೇಗೆ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದುಗೂಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂಬುವುದನ್ನು ಸಾರುತ್ತಾನೆ. ಹೊರೆಸನು ಕಾವ್ಯದಲ್ಲಿ ಔಚಿತ್ಯವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಾ, ಓದುಗರನ್ನು ಅಥವಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಸದಾ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಕಾವ್ಯಗಳನ್ನು, ಕಥಾನಕಗಳನ್ನು ರಚಿಸಬೇಕೆಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಇನ್ನುಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಪರಂಪರೆಯಿಂದ ಬಂದಂತಹ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಇಲ್ಲವೇ ಅದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೊಸೆಯಬೇಕು ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಹೊಸದಾದಂತಹ ಕಥೆಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತಬ್ಬಿಬ್ಬುಗೊಳಿಸಬಾರದು ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ನಾಟಕದ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾ ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಆಯ್ದುಕೊಂಡ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅವನ ವಯಸ್ಸಿಗೆ ತಕ್ಕಹಾಗೆ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಅವನೇ ಹೇಳುವ ಹಾಗೆ ಕಿರಿಯ ವಯಸ್ಸಿನವನಿಗೆ ಹಿರಿಯಜ್ಜನ ಪಾತ್ರವನ್ನು

ಕೊಡುವುದು ಅಸಮಂಜಸ, ಮೇಲಾಗಿ ಇಡೀ ನಾಟಕವು ಐದು ಅಂಕಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತಗೊಂಡು ಸಮಂಜಸತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ಕಥೆಯನ್ನು ಹೆಣೆಯಬೇಕೇ ವಿನಃ ದೀರ್ಘ ಅಂಕಗಳನ್ನು ಹೆಣೆದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗಲಿಬಿಲಿಗೊಳಿಸಬಾರದು ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ.

ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಮೇಳವು ಯಾವತ್ತಿಗೂ ಕೂಡ ಸನ್ನಡತೆಯುಳ್ಳ ಪಾತ್ರದ ಜೊತೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಕಥಾನಕದ ಪಾತ್ರದ ಬಗೆಗೆ ಕಥೆಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುತ್ತಿರುವ ಮೌಲ್ಯದ ಬಗೆಗೆ ದಟ್ಟವಾದ ಸದಭಿಪ್ರಾಯ ಮೂಡಿಸಲು ಕಷ್ಟಕಾಲದಲ್ಲಿ ದಿಗ್ಗನೆ ದೇವರು ಬಂದು ಪಾತ್ರವನ್ನು ಕಾಪಾಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಪಾತ್ರವೇ ತನ್ನ ಔಚಿತ್ಯದಿಂದ ಉತ್ತಮವಾದ ಆಲೋಚನೆಯಿಂದ ತನ್ನ ಸಂಧಿಗ್ದತೆಯಿಂದ ಹೊರಬಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಮಾದರಿಯಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆಗಾಗಿ ಕಾವ್ಯವನ್ನು, ಕಥಾನಕವನ್ನು ರಚಿಸಬಾರದು, ಮನರಂಜನೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಮೌಲ್ಯ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಯೂ ಕೂಡ ಇರಬೇಕು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಈ ಪ್ರತಿಪಾದನೆ ಭಾಷಣದ ರೀತಿ ದೀರ್ಘವಾಗಿರಬಾರದು ಕೂಡ. ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಕಥೆಗಳು ನೈಜ ಜೀವನದಿಂದ ದೂರವಿರಬಾರದು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಒಬ್ಬ ಕವಿಯ ನಿಜವಾದ ಲಾಭವಿರುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಮನರಂಜಿಸುತ್ತಾ ಅವನಲ್ಲಿ ಮೌಲ್ಯ ಪ್ರತಿಪಾದನೆ ಮಾಡುವ ಹಂತ ತಲುಪಿದಾಗ.

ಹೀಗೆ ಹೊರೆಸ್ ಅನೇಕ ಕಿವಿಮಾತುಗಳನ್ನು ಕವಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲಿ ಆಶ್ಚರ್ಯವೆಂದರೆ ಮತ್ತು ಬಹಳ ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಹೊರೇಸ್ ರಚನೆಯ ಬಗೆಗೆ ಕಿವಿಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾ ಪ್ರತಿ ರಚನೆಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಓದುಗರನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಆತ ಓದುಗರನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸಿ ಕಿವಿಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೇಳದಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ಅವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿಯೇ ಎಂಬುದು ಅರ್ಥಸನ್ನಿಹಿತ. ಬಹುಶಃ ಗೀತ ನಾಟಕಗಳು ಹೆಚ್ಚಿದ್ದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇಡೀ ಸಮಾಜದ ಸಮೂಹವೇ ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡಲು ಭಾಗಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗೀತ ನಾಟಕಗಳು ಆಚರಣೆಯ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದಂತಹ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಜೀವಕೊಂಡಿಯಾದ ಕಾವ್ಯ ಕಥಾನಕಗಳನ್ನು ಬೆಸೆಯುವ ತಂತ್ರಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಹೊರೆಸ್ ಹೇಳಿಕೊಡುತ್ತಿದ್ದ ಅಥವಾ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಕೂಡ ಅದನ್ನೇ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದ. ರಚನೆ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಗ್ರಹಣ ಶಕ್ತಿ ಇವೆರಡನ್ನೂ ಮೇಳೈಸುವ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಇವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

ಕ್ರಿಸ್ತಶಕ ಮೊದಲನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿನ ಗ್ರೀಕ್ ಭಾಷಾ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಲಾಂಜಿನಸ್[೫] ತನ್ನ 'ಸಬ್ಲೈಮ್' ಎಂಬ ಸಾಹಿತ್ಯ ರಚನಾ ಶಾಸ್ತ್ರ ಕುರಿತಾದ ಪ್ರಕರಣ ಗ್ರಂಥದಲ್ಲಿ ಮಹೋನ್ನತಿಯ ಕುರಿತು ದೀರ್ಘವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಾನೆ. ಸಾಹಿತ್ಯವು ಮಹೋನ್ನತಿಯನ್ನು/ಸರ್ವಶ್ರೇಷ್ಠತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬೇಕಿದ್ದರೆ ಯಾವ ಯಾವ ಗುಣಗಳಿರಬೇಕೆಂದು ಚರ್ಚಿಸುತ್ತಾನೆ. ಭಾಷೆಯ ಆಯ್ಕೆ, ಅದರಲ್ಲಿನ ಅಲಂಕಾರಗಳು ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಪ್ರಕೃತಿಯೊಂದಿಗಿನ ಸಹವಾಸದಿಂದ ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಶ್ರಮದಿಂದ ಕವಿಗೆ ಸಿದ್ಧಿಯಾಗುತ್ತವೆ. ಹೀಗೆಯೇ ರಚನೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು – ಅಂದರೆ ಮಹೋನ್ನತ/ಸರ್ವಶ್ರೇಷ್ಠ ಕೃತಿಯ ರಚನೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತಾ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲೆ ಅದು ಮಾಡುವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಆತ ವಿವರಿಸುತ್ತಾನೆ. ಪರಿಶುದ್ಧವಾದ, ಆಹ್ಲಾದಕರ ಮತ್ತು ಕೃತಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಭಾಷೆಯ ಬಗೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒಲವು ತೋರಿಸುತ್ತಾನೆ. ಅವನು ವಿವರಿಸುವ ಎಲ್ಲಾ ಆಯಾಮಗಳನ್ನೂ ಬಳಸಿ ಕಾವ್ಯ ರಚನೆಯಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ಆ ಕೃತಿಯು ಓದುಗನನ್ನು/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಓಲೈಸುವುದಿಲ್ಲ ಬದಲಾಗಿ ಅವನನ್ನು ಮಂತ್ರ ಮುಗ್ಧನನ್ನಾಗಿಸಿ ತಂದು ಮಹದಾನಂದದ ಉನ್ನತ ಆಯಾಮಕ್ಕೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಈ ಮಹಾದಾನಂದವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕವಿಯು ಕೆಲವು ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸ ಬೇಕೆನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಅದೇನೆಂದರೆ ಅನಗತ್ಯವಾಗಿ ಕಠಿಣತಮವಾದ ಭಾಷಾ ಪ್ರಯೋಗ ಸಲ್ಲದು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಕವಿಯು ತನ್ನ ಪಾಂಡಿತ್ಯ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ಭಾಷೆಯ ಮೇಲೆ ಅದನ್ನು ಬಳಸಿ ಕೃತಿಯನ್ನು ಓದುಗನಿಂದ ದೂರ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ವಿವರಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಕೊಟ್ಟು, ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು, ತತ್ವಗಳನ್ನು ಅನಗತ್ಯವಾಗಿ ತೂರಿಸಿ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಪಾಂಡಿತ್ಯವನ್ನು ತೋರಿದರೆ ಅದು ಶುಷ್ಕವಾಗಿಬಿಡುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಮತ್ತೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ತಾನು ಹೇಳ ಹೊರಟಿರುವ ಕಲ್ಪನೆಗಳಿಗೆ ನಾವೀನ್ಯತೆಯನ್ನು ತುಂಬಲು ಇರಬರದ ಭಾವಗಳನ್ನು ತುಂಬಬಾರದು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಕೃತಿಯು ತಲುಪದೆ ಆತನನ್ನು ಮಹದಾನಂದದ ಅರ್ಥಲೋಕಕ್ಕೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯದೆ ಕೃತಿಯು ಮಹೋನ್ನತಿಯನ್ನು/ಸರ್ವಶ್ರೇಷ್ಠತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ.

ಲಾಂಜಿನಸ್ ರಚನಾ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯವಾದ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದಿಡುತ್ತಿದ್ದರೂ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಬಗೆಗೆ ಕಾಳಜಿ ತೋರುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ರಚಿತ ಕೃತಿಯು ಓದುಗನಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗದಿದ್ದರೇ? ಆತನನ್ನು ಕೃತಿಕಾರನ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಆಯಾಮಕ್ಕೆ ಕರೆದೊಯ್ಯದಿದ್ದರೇ? ಏನೇ ಇದ್ದರೂ ರಚನೆಯ ವಿಧಾನದ ಬಗೆಗೆ ಆತನಿಗೆ ಕಾಳಜಿ ಹೆಚ್ಚಿದೆ ಅದೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನೆರಳಿನಲ್ಲಿಯೇ.

ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಆ ಪುಸ್ತಕದ ಮುಂದಿನ ಅಂಕಗಳಲ್ಲಿ ಕೃತಿಕಾರನನ್ನು ದೇವಮಾನವನಿಗೆ ಆತ ಹೋಲಿಸುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. 'ಬೇರೊಂದು ಲೋಕಕ್ಕೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯುವ' ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೆಯನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಸ್ತುತಗೊಳಿಸುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲಿಯ ಲೋಪವೇನೆಂದರೇ, ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಬಗೆಗಿನ ಕಾಳಜಿ ಏನೇ ಇದ್ದರೂ ಆತನ ಓದುವ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯತೆ ಇಲ್ಲ. ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಓದುವ/ನೋಡುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಆಗುವಂಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಈತ ಮನಗಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಉತ್ತಮವಾದ ಭಾಷಾಪ್ರಯೋಗದಿಂದ ಹೊರಹೊಮ್ಮುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮತ್ತು ಕರಾರುವಕ್ಕಾದ ಕಲ್ಪನೆಗಳು ಕೃತಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಲೋಕಕ್ಕೆ ಕೊಂಡೊಯ್ಯಬೇಕಷ್ಟೆ. ಭಾಷಾ ಪ್ರಯೋಗದಲ್ಲಿ, ಅಲಂಕಾರ ಅಳವಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ, ಕಲ್ಪನಾ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಏರುಪೇರಾದರೆ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ತ್ರಿಶಂಕು ಸ್ಥಿತಿಯೇ ಸರಿ! ಆದರೂ ಕೃತಿಯು ಶ್ರೇಷ್ಠವಾಗಬೇಕಿದ್ದರೆ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನೊಳಗೊಳ್ಳ ಬೇಕೆಂಬುದಾದರೂ ಸಾಬೀತಾಯಿತು. ಮೇಲಾಗಿ ಅವನನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ಲೋಕಕ್ಕೆ ಅಂದರೆ ರಚನೆಕಾರ ತನ್ನ ಕೃತಿಯ ಮುಖಾಂತರ ಉದ್ದೇಶಿಸಿದ್ದ ಪ್ರಪಂಚಕ್ಕೆ ಕರೆದೊಯ್ಯುಬೇಕೆಂಬ ಆಶಯವೂ ಇಲ್ಲಿತ್ತು.

ಗ್ರೀಕ್ ಅಥವಾ ಆ ಕಾಲದ ಪ್ಲೇಟೋನಿಂದ ಹಿಡಿದು ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್, ಹೋಮರ್ ಮತ್ತು ಮೊದಲನೇ ಕ್ರಿಸ್ತಶಕದ ವರೆಗೂ ಅಂದರೆ ಲಾಂಜಿನಸ್‌ನ ವರೆಗೂ ಪಠ್ಯ ಒಂದೇ ಆದರೂ ಎರಡು ಬಗೆಯದಿದ್ದಿತು. ಪಠ್ಯಗಳೆಲ್ಲವೂ ಗೀತನಾಟಕಗಳು. ಅಂದರೆ ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಪದ್ಯ ಹಾಗೂ ನಾಟಕಗಳಾಗಿದ್ದವು. ಮೇಲಾಗಿ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಹೊರತಂದವರೆಲ್ಲರೂ ಓದುಗ–ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಸಂಬಂಧ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಬಹುದರ್ಶಿತ್ವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೇ ಮುಂದಿಟ್ಟು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನ ಹೊರತಂದವರು. ಗ್ರೀಕ್ ಕಾಲದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಏಕ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಕಾವ್ಯದ ಓದುಗನೂ ಆಗಿದ್ದ ಮತ್ತು ನಾಟಕದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೂ ಆಗಿದ್ದ. ಹಾಗಾಗಿ ಬಂದಂಥ ಎಲ್ಲಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮುಖಿಯಾಗೇ ಇದೆ. ಕಾವ್ಯದ ಭಾಷೆಯ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡಿದರೂ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅದು ನಾಟಕದ ಭಾಷೆಯೂ ಹೌದು. ನಾಟಕದ ಅಂಕಗಳ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡಿದರೆ ಅದು ಕಾವ್ಯದ ಅಂಕವೂ ಹೌದು. ಹೀಗೆ ಒಂದರೊಳಗೊಂದು ಸೇರಿ ಗ್ರಹಿಕೆಯ ವಿಸ್ತಾರವನ್ನು ಹರವುತ್ತಿದ್ದರೆ ಆಗಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ರೀತಿಗಳಲ್ಲಿ ಹ್ಯಾಗೆ ಪಳಗಿದ್ದರು ಎಂಬುದೇ ಆಶ್ಚರ್ಯದ ಸಂಗತಿ.

ಕೃತಿ ಮಹೋನ್ನತತೆಯನ್ನು ಮುಟ್ಟಬೇಕಿದ್ದರೆ ಭಾಷೆಯ ಔನ್ನತ್ಯ ಸಾಧಿಸಬೇಕೆಂದು ಲಾಂಜಿನಸ್ ಹೇಳಿಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪಳಗಿಸಿಕೊಂಡ ಕವಿಗೆ ಇದು ಸುಲಭವೂ

ಹೌದು. ಆದರೆ ಇದನ್ನು ಅರಗಿಸಿ ಅರ್ಥಸಾಧ್ಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ತಿಳುವಳಿಕೆಯ ಮಟ್ಟ ಕಲ್ಪನಾ ಶಕ್ತಿ ಎಂಥದ್ದಿರಬಹುದು? ಕೃತಿಯನ್ನು ಹ್ಯಾಗೆ ಕೊಡಬೇಕೆಂದು ಇವರೆಲ್ಲರೂ ಮಾತನಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಇವು ನಿಸ್ಸಂದೇಹವಾಗಿ ರಚನಾ ವಿನ್ಯಾಸದ ಮೇಲೆಯೇ ನಿಂತಿರುವ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳಾದವು. ಅಂದರೆ ಕೇವಲ ಸಾಹಿತ್ಯದ ಮಟ್ಟಿಗಲ್ಲ. ನಾಟಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲೂ ರಚನೆಯನ್ನೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಮೊದಲು ನೋಡುವುದು ಗ್ರೀಕರಲ್ಲಿಯೇ. ಸಮಾಧಾನವೇನೆಂದರೆ ಈ ರಚನಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳೆಲ್ಲವೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಗುರಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಹುಟ್ಟಿದ್ದವು. ಮೇಲಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಎಂದರೆ ಸಾಮಾನ್ಯಾತಿ ಸಾಮಾನ್ಯನೂ ಅಹುದು. ಗ್ರೀಕ್ ನಾಟಕಗಳನ್ನು ನೋಡಲು ಆ್ಯಂಫಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಸಾವಿರ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಜನ ಸೇರುತ್ತಿದ್ದರು ನಮಗೆ ಗೊತ್ತೇ ಇದೆ. ಮತ್ತು ಇಲ್ಲಿ ಅತಿ ಸಾಮಾನ್ಯನೂ ಬರುತ್ತಿದ್ದ. ನಾಟಕ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದರೆ 'ಕುಡಿದು ಗಲಾಟೆ' ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಕಠಿಣ ಶಿಕ್ಷೆ ಇತ್ತು ಎಂಬುದನ್ನು ಕೇಳಿದಾಗಲೇ ಇಲ್ಲಿಗೆ ಎಲ್ಲಾ ವರ್ಗದ ಜನರೂ ಬರುತ್ತಾರೆಂಬುದು ಖಾತ್ರಿ. ಮತ್ತು ಅವರೆಲ್ಲರಿಗೂ ಲಾಂಜಿನಸ್‌ನ 'ಸಬ್ಲೈಂ'ನಲ್ಲಿ ಬರುವ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಭಾಷೆಯ ಅರಿವಿದ್ದಿತ್ತು. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬಂದಂಥ ಪ್ಲೇಟೋ, ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್, ಹೊರೇಸ್ ಮತ್ತು ಲಾಂಜಿನಸ್‌ನ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳೆಲ್ಲದರ ತಳಪಾಯ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೇ. ಸಿದ್ಧಾಂತವು ರಚನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಕುರಿತಾದಂತೆ ಮಾತನಾಡಿದ್ದರಿಂದ ಅವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಬಗೆಗಿನ ನೇರ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳಾಗಲಿಲ್ಲ. ಏನೇ ಆದರೂ ಗ್ರೀಕ್‌ನ ತತ್ವ ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞರೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಶುರು ಮಾಡಿದವರಾಗುತ್ತಾರೆ.

ಪ್ಲೇಟೋ ತನ್ನ ರಿಪಬ್ಲಿಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಕಾವ್ಯವು ಮನುಷ್ಯರನ್ನು ಹಾದಿ ತಪ್ಪಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದಿದ್ದ. ಹೀಗೆನ್ನುವಾಗ ಆತನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಬಗ್ಗೆ ಅತೀವ ಕಾಳಜಿ ಇತ್ತೆಂದಾಯಿತು. ಕಾವ್ಯದಲ್ಲಿ ತೀರಾ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾದ ಆಲಾಪ ಇರುವುದರಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಅದರೊಳಗೇ ಹುದುಗಿಬಿಡುತ್ತಾರೆಂಬ ಭಯ ಅವನಲ್ಲಿತ್ತು. ಅವನ ಮಟ್ಟಿಗೆ ತತ್ವಜ್ಞಾನಕ್ಕಿಂತ ಮಿಗಿಲಾದದ್ದಿರಲಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ತತ್ವಜ್ಞಾನವನ್ನು ತಿಳಿಯಬಲ್ಲವರಾದ್ದರಿಂದ ತೀರಾ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾದ ಕಾವ್ಯವು ಅವರ ಹಾದಿ ತಪ್ಪಿಸುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಈ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಿದ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಸೂಕ್ಷ್ಮಗ್ರಾಹಿಗಳಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಭುದ್ಧರೂ ಆಗಿರುವುದರಿಂದ ವಾಸ್ತವ ಮತ್ತು ಭ್ರಮೆಯ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವು ಅವರ ಅರಿವಿಗೆ ಬಂದೇ ಇರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಹೊರೇಸನಂತೂ ತನ್ನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಒಳ್ಳೆಯ ಅಭಿರುಚಿ ಮತ್ತು ವಿಮರ್ಶನ ಶಕ್ತಿಯುಳ್ಳವರು ಎಂದು ಸಾರುತ್ತಾನೆ.

[illegible]

ಲಾಂಜಿನಸ್‌ನ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಗಮನಿಸಿದರೆ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಬೇರುಗಳನ್ನು ಅವನು ಮೊಟ್ಟ ಮೊದಲಿಗೆ ನಮಗೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತಾನೆ. ಅವನೇ ಹೇಳುವಂತೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ಲೋಕಕ್ಕೆ ಕೃತಿಯು ಕರೆದೊಯ್ಯಬೇಕಿದ್ದರೆ ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕನಾದ ಪತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನೂ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೊಟ್ಟಿರಲಿಕ್ಕೇ ಸಾಕು. ಹಾಗಾಗಿ ಕೃತಿಕಾರ ತನ್ನ ಉನ್ನತ ಭಾಷಾ ಪ್ರಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಕೃತಿ ರಚಿಸಿದಾಗ ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕನಾದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯೂ ಮಿಳಿತಗೊಂಡು ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ಲೋಕಕ್ಕೆ ಕರೆದೊಯ್ಯುವ ಕ್ರಿಯೆ ಜಾರಿಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಮುಂದೆ ಅನೇಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ನಾವು ಕಂಡರೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಕುರಿತು ನೇರವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಿದವರೆಂದರೆ ಅಮೆರಿಕಾದ ಲೂಯಿ ರೋಸೆನ್‌ಬ್ಲಾಟ್ ಓದುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಓದುಗನ ನಡುವೆ ಕೊಡು–ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆದಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ೧೯೩೮ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ 'ಲಿಟರೇಚರ್ ಆ್ಯಸ್ ಎಕ್ಸ್‌ಪ್ಲೋರೇಷನ್'[೬] ಎಂಬ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳಿದರು. ಅಲ್ಲಿಯವರೆಗೂ ಬಹಳ ಶಿಸ್ತಿನ ಭಾಷೆಯಿಂದ ಕವಿತೆಯನ್ನು ಬರೆಯಬೇಕು ಮತ್ತು ಅಲಂಕಾರಗಳನ್ನು ಹ್ಯಾಗೆ ಎಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಉಪಯೋಗಿಸಬೇಕು ಎಂಬಿತ್ಯಾದಿ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು 'ಫಾರ್ಮಲಿಸ್ಟ್'ರು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳಲ್ಲಿ ಸಾರುತ್ತಿದ್ದರು. ಕೃತಿ ರಚನೆಯಾಯಿತೆಂದರೆ ಸಾಕು ಅದು ಯಾರಿಗೆ ಮುಟ್ಟುತ್ತದೆ? ಹೇಗೆ ಮುಟ್ಟುತ್ತದೆ? ಮತ್ತು ಮುಟ್ಟಿಯಾದ ನಂತರ ಅದರ ಮುಂದಿನ ಹಂತ ಏನು? ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಇರಲೇ ಇಲ್ಲ, ಈ ರಚನಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಕೃತಿಯ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ಬಾಹ್ಯ ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು ಹೊರಗಿಟ್ಟಿತ್ತು. ಕೃತಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಥವಾ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ರಭಾವಗಳಿರುವುದನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯುತ್ತಾ ಕೇವಲ ಕೃತಿಯ ರಚನಾ ವಿಧಾನದ ಮೇಲೆಯೇ ಅವರು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿದ್ದರು.

ಲೂಯಿ ಮಿಶೆಲ್ ರೋಸೆನ್‌ಬ್ಲಾಟ್ ಅವರ ಕೃತಿ ರಚನಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಓದುಗನ ಮೇಲೆ ಕೃತಿಯ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಸಂಭಾವ್ಯತೆಯನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟರು. ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಓದುಗನ ನಡುವೆ ನಿರಂತರವಾದ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಈ ಚರ್ಚೆಯ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಹಂತದಲ್ಲೂ ಓದುಗ ಮತ್ತು ಕೃತಿಯ ನಡುವೆ ಅನುಭವಗಳ ಕೊಡು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯೂ ನಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಓದುಗ ಏಕಾಏಕಿ ಓದನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಓದುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತನ್ನ ನಂಬಿಕೆಗಳನ್ನು, ತನ್ನ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಮತ್ತು ತನ್ನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭವನ್ನೂ ಜೊತೆಗಿರಿಸಿಕೊಂಡು ಓದುವ ಪಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದು ಕಾವ್ಯವನ್ನು ಓದುಗ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯ ಒಟ್ಟಿಗೇ ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಇದರಿಂದಾಗಿ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅನೇಕ ಅರ್ಥಗಳು ಹೊಳೆಯುತ್ತದೆ. ಒಬ್ಬರ್ ಅನುಭವ ಇನ್ನೊಬ್ಬರ ಅನುಭವಕ್ಕಿಂತ ಭಿನ್ನ ಮತ್ತು ಒಬ್ಬರ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚ ಮತ್ತೊಬ್ಬರ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚಕ್ಕಿಂತ ವಿಭಿನ್ನವಾದ್ದರಿಂದ ಅರ್ಥದ ವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದು ಪಠ್ಯದ ಒಂದೇ ಅರ್ಥವು ಯಾರಿಗೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಓದುಗನನ್ನು ಹೀಗೇ ಓದಬೇಕು ಮತ್ತು ಇದೇ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸ್ಫುರಿಸುವಂತೆ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಬೇಕು ಎಂದು ತಾಕೀತು ಮಾಡುವುದು ತಪ್ಪಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಇಡೀ ರಚನಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪ್ರತಿಪಾದಕರಿಗೆ ಚುರುಕು ಮುಟ್ಟಿಸಿದ ರೋಸೆನ್‌ಬ್ಲಾಟ್ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಓದುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಅನುಭವ ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವುಧಕ್ಕಾಗಿ/ಮನಸೋಲ್ಲಾಸಕ್ಕಾಗಿ ಅಥವಾ ಅರ್ಥ ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವ/ಜ್ಞಾನ ಸಂಪಾದನೆಗಾಗಿ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ರಚನಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಹೇಳಿದ ಹಾಗೆ ಪಠ್ಯ ಏಕಮುಖಿಯಲ್ಲ. ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥವು ಪಠ್ಯದಲ್ಲೇ ಇರದೇ ಓದುಗ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯದ ನಡುವೆ ನಡೆಯುವ ವ್ಯವಹಾರ(ಟ್ರಾನ್ಸಾಕ್ಷನ್)/ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಓದುಗನೊಂದಿಗಿನ ನಿರಂತರ ಸಂಪರ್ಕದಿಂದ ಪಾರಸ್ಪರಿಕ ಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ಅರ್ಥವು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

ಬಹುಶಃ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಂವಹನ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಸಮೀಪವೇ ಇದೆ. ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿದ್ದರೆ ನಮ್ಮ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು, ಅನುಭವ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಒರೆಗೆ ಹಚ್ಚಬೇಕಿರುತ್ತದೆ, ಆಗಲೇ ಯಶಸ್ವಿಯಾದ ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡು ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಬಂದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅದರ ಸಂದರ್ಭದಾಚೆಗೆ ಇಟ್ಟು ನೋಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆ ಮಾಡಿದರೆ ಸಂವಹನೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಸಂದರ್ಭ ಮತ್ತು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವವನ ಅನುಭವದೊಂದಿಗಿನ ಅನುಸಂಧಾನವೇ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಳೆಯಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ರೋಸೆನ್‌ಬ್ಲಾಟ್ ಅವರ ಸಿದ್ಧಾಂತವೂ ಇದೇ. ನಿರಂತರವಾಗಿ ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಓದುಗನ ಅನುಭವದ–ಅಂದರೆ ಆತನ ಎಲ್ಲಾ ಒಲವುಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡು (ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ, ಸಾಮಾಜಿಕ, ವ್ಯಯಕ್ತಿಕ ಅನುಭವ, ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚ ಇತ್ಯಾದಿ..)–ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಮತ್ತು ಸಂಭಾಷಣೆಯೇ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅರ್ಥ ತುಂಬಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರಪ್ರಥಮವಾಗಿ ಓದುಗನನ್ನೇ ಮುಂದಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಬಂದ ಸಿದ್ಧಾಂತವಿದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಲೂಯಿ ರೋಸೆನ್‌ಬ್ಲಾಟ್ ಓದುಗ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟ ಪ್ರಥಮ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕಾರರಾಗುತ್ತಾರೆ.

ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಒಂದೇ ವಾಕ್ಯದಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟವರು ರಾಬರ್ಟ್ ಹೊಲಬ್(೧೯೮೪) "ಕೃತಿಕಾರ ಮತ್ತು ಕೃತಿಯ ಮೇಲಿದ್ದ ಗಮನವು ಓದುಗ ಮತ್ತು ಕೃತಿಯ ಮೇಲೆ ಬದಲಾದ

ಚಲನೆ"[೭] ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತ. ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಾಹಿತ್ಯ ಇತಿಹಾಸದ ಬದಲಾದ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಪಶ್ಚಿಮ ಜರ್ಮನಿಯಲ್ಲಿ ೧೯೬೦ರಲ್ಲಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಸಾಹಿತ್ಯಿಕ ಮತ್ತು ಬೌದ್ಧಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ(ಹೊಲಬ್,೧೯೮೪). ಈ ಹೊಸ ಮಾದರಿಯು ಸಾಹಿತ್ಯದ ಅನುಭವವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಓದುಗನ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಗಮನ ಹರಿಸಿದೆ. ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ವಿಭಿನ್ನ ರೀತಿಯ ಓದುಗರಿರುವ ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಅರಿತು ಅವರು ಕೃತಿಗೆ ಹೇಗೆ ಪ್ರತಿಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಹೊರಬಂದವು. ಓದುವ ಮನಸ್ಸು, ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ಹೊರ ಬರುವ ಹೊಸ ಅರ್ಥಸಂಕಲನದ ಮೇಲೆಯೇ ಕೇಂದ್ರಿಕೃತವಾದ ಈ ಮಾದರಿಗೆ ಮನೋವಿಕಾಸಶಾಸ್ತ್ರ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಶಾಸ್ತ್ರದ ಆಡಿಪಾಯವಿದೆ. ದ್ರುಶ್ಯತ್ವವಾದಕ್ಕೇ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಡುವ ಈ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಮಾದರಿಯು ಎಲ್ಲಾ ಸಾಹಿತ್ಯ ಮತ್ತು ಇತರೆ ಕಲಾ ಆಯಾಮಗಳ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಅಚ್ಚರಿಗೊಳಿಸಿದ್ದು ಸುಳ್ಳಲ್ಲ.

ಈ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಮಾದರಿಗೆ ಹೊಸ ರೂಪವನ್ನು ಕೊಟ್ಟವರು ಹಾನ್ಸ್ ರಾಬರ್ಟ್ ಜಾಸ್. ೧೯೬೯ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಅವರ ಪ್ರಬಂಧ "ದ ಚೇಂಜ್ ಇನ್ ದ ಪ್ಯಾರಡೈಮ್ ಆಫ್ ಲಿಟರರಿ ಸ್ಕಾಲರ್‌ಷಿಪ್"ನಲ್ಲಿ ಈ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸುತ್ತಾ ಕೇವಲ ವಸ್ತು ವಿಷಯಗಳಿಂದ ತುಂಬಿಕೊಂಡಿದ್ದ ಜ್ಞಾನಕೇಂದ್ರಿತ ಸಾಹಿತ್ಯಿಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಬದಿಗಿಟ್ಟು ಓದುಗನಿಂದ ಒಡಮೂಡಿದ ಪಠ್ಯದ ಬಗೆಗಿನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕ್ಕೆ ಒತ್ತು ಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ರಾಬರ್ಟ್ ಸಿ ಹೊಲಬ್(೧೯೮೪) ಅವರು ಹೇಳುವ ಹಾಗೆ 'ಜಾಸ್‌ರ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು ಓದುಗ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ನೋಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಾಹಿತ್ಯವನ್ನು 'ಉತ್ಪಾದಿತ ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಹಿಕೆಯ ಜಿಜ್ಞಾಸೆಗೆ ಒಳಪಡಿಸುತ್ತದೆ' ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಬದಲಾದ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತಿರುವ ಈ ಪ್ರಬಂಧದಲ್ಲಿ ಜಾಸ್ ಅವರ ಮೇಲಿನ ಮಾತುಗಳು ಅನೇಕ ಅರ್ಥಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಕ್ಕೆ ಎಡೆಮಾಡಿ ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಅವರು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಪದ 'ಪ್ರೊಡಕ್ಷನ್' ಮತ್ತು 'ಕನ್ಸ್ಯೂಮ್'. ಈ ವರೆಗೂ ಕೃತಿರಚನೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ 'ಸೃಷ್ಠಿ', 'ಸೃಷ್ಠಿ ಕ್ರಿಯೆ' ಮತ್ತು ಇನ್ನಿತರೆ ತತ್ಸಂಬಂಧಿ ಪದಗಳನ್ನೇ ಕೇಳುತ್ತಿದ್ದ ನಮಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥರದಲ್ಲಿ ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಆಕರವೊಂದು ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗ ಆಗುವ ಪಲ್ಲಟಗಳನ್ನು ಈ ಪದಗಳು ಸೂಚಿಸುತ್ತವೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಕೃತಿಯನ್ನು ಓದಿದವನಿಗೆ ಅಥವಾ ಓದುವವನಿಗೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನೆಂತಲೋ, ಗ್ರಹಿಸಿದವನೆಂತಲೋ ಅಥವಾ ತತ್ಸಂಬಂಧಿ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಕರೆದಿರುವುದುಂಟು. ಆದರೀಗ ಬದಲಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ

ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನವನ್ನು ಕೈಗಾರಿಕಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿ ನೋಡುತ್ತಿರುವ ನಮಗೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದೆಲ್ಲವೂ ಬಳಸಿದಂತೆಯೂ, ಕಬಳಿಸಿದಂತೆಯೂ ಗೋಚರವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಕಾರಣ ಸೃಷ್ಟಿಸಿದ್ದೆಲ್ಲವೂ ಉಪಭೋಗ್ಯ ವಸ್ತುಗಳೆಂದು ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು/ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್‌ಗಳು ಸಾರಿಬಿಟ್ಟಿರುವುದ ರಿಂದ ಮತ್ತು ಪರ್ಯಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪಡೆಯಚ್ಚುಗಳಾದ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಆಕರಗಳು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ದೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಮನುಷ್ಯನ ಜೀವನವನ್ನು, ಅವನ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಆಕ್ರಮಿಸಿ ಆ ಮೂಲಕ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಉಪಭೋಗದ ವಸ್ತುಗಳೆಂತಲೇ ನಿವೇದಿಸಿ ಅವನಿಗೆ ರುಚಿ ತೋರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಇಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲವೂ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಪ್ರಮಾಣಗಳಾಗಿಬಿಟ್ಟಿವೆ – ಅವನು ನಂಬಿದ್ದ ಮೌಲ್ಯಗಳು, ಅವನನ್ನು ಈವರೆಗೂ ನಡೆಸಿಕೊಂಡು ಬಂದಿದ್ದ ಆಚರಣೆಗಳು, ನಂಬಿಕೆಗಳು, ಮತ್ತು ಅವನ ಸ್ಮೃತಿಯನ್ನು ಹದಗೆಡದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಂಡಿದ್ದ ನೈತಿಕತೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ. ಆದ್ದರಿಂದ ಅವನು ಬಾಹ್ಯ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನೂ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದಲೇ ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಹಾಗೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಆತನಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಬೇಗ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯಶವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾತುಗಳು ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚೆಗಿನ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಅವು ಇಡೀ ಜಗತ್ತನ್ನು ಆಪೋಷಿಸುತ್ತಿರುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ದಿಟವಾಗಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಸರ್ವಕಾಲೀನ ಮತ್ತು ಸರ್ವವ್ಯಾಪಿತ್ವದ ಉಮೇದುವಾರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಜಗತ್ತು ಒಂದು ಸಣ್ಣ ಹಳ್ಳಿಯೆಂತಲೋ ಇಲ್ಲಾ ಸಣ್ಣ ಕುಟುಂಬವೆಂತಲೋ ಬಿಂಬಿಸುತ್ತಿವೆ. ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯೇನೋ ಸರಿ. ಆದರೆ ನಾವು ನೆನಪಿಡಬೇಕಾದದ್ದು ಇಷ್ಟೇ. ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬೇಕಿರುವುದು ತಾವು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿರುವ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಗೆಲುವು. ಆ ಮೂಲಕ ಇಡೀ ಜಗತ್ತಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳ ಒಡಂಬಡಿಕೆ. ಒಡಂಬಡಿಕೆ ಯಾಕೆಂದರೆ ಇವುಗಳನ್ನು ಪೋಷಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಇನ್ನೂ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳು. ಇವರನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಅವರನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಇವರು ಯಾರು ಎಂಬ ಆಟವಂತೂ ಸದ್ಯಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಪರಸ್ಪರ ಸೌಹಾರ್ಧ ವ್ಯಾಪಾರವೇ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ಲಾಭ. ಅದಕ್ಕೆಂತಲೇ ಈ ವರೆಗೂ ಸ್ವತಂತ್ರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಆಶ್ರಯಿಸಿದ್ದ ಹಲವಾರು ವ್ಯಾಪಾರೀ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಈಗ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನೇ ತಮ್ಮ ಅಂಗ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ, ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಬರುವ ಸಮಯದವರೆಗೂ ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಕೃತಿಯ ಬಗೆಗೇ ಹೆಚ್ಚು ಜಿಜ್ಞಾಸೆಗಳು ನಡೆದುಬಿಟ್ಟಿದ್ದವು ಮತ್ತು ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದವು. ಈ ಕಾರಣಕ್ಕೆ '...ಕೃತಿಯನ್ನು ಮಾನವೀಯತೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಲ್ಪಿಸಿ ಕೃತಿಗಳ ಐತಿಹಾಸಿಕ ಸಾಮಂಜಸ್ಯವನ್ನು ಕೃತಿಯ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆಯ ನಡುವಿನ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ಕಾಣಬೇಕು' ಎಂದು ಜಾಸ್

ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗಿದ್ದರೆ ಓದುಗನ ಅರ್ಥಕಲ್ಪನೆಗೆ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಎಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗಿನ ಸ್ವಾಂತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಪ್ರಶ್ನೆ. ಹೊಲಬ್ ಅವರು ಹೇಳುವಂತೇ 'ಓದುವಾಗಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿನ ಸೃಷ್ಠಿ ಕ್ರಿಯೆಯೇ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತ. ಕೃತಿಯು ಸಂಪೂರ್ಣವಗಿ ಪಠ್ಯವೂ ಅಲ್ಲ ಅಥವಾ ಸಂಪೂರ್ಣವಾದ ಓದುಗನ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಕಲ್ಪನೆಯೂ ಅಲ್ಲ ಆದರೆ ಇವೆರಡರ ಒಕ್ಕೂಟ ಅಥವಾ ಸಂಯೋಗವೇ ಆಗಿದೆ.'

ಜರ್ಮನಿಯ ವೊಲ್ಫ್‌ಗಾಂಗ್ ಐಸರ್ ಅವರು ಹೇಳುವಂತೆ 'ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಓದುಗ ಒಮ್ಮುಖವಾದಾಗ ಪಠ್ಯವು ಅಸ್ತಿತ್ವಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಅಭಿಗಮನವನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಪದಗಳಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದಿಡಲಾಗದು ಮತ್ತು ಈ ಅಭಿಗಮನವು ಸಾರಸ್ವರೂಪದಲ್ಲೇ ಇರಬೇಕು'[೮] ಕಾರಣ ಪಠ್ಯದ ವಾಸ್ತವ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿಯಾಗಲೀ ಅಥವಾ ಓದುಗನ ಅರ್ಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಾಗಲೀ ಇದನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗದು ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಐಸರ್ ಹೇಳುವಂತೆ ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಅದರ ಅನುಭವವು ವಸ್ತುತಃ ರೂಪದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ನಾನಾ ಓಧುಗರಿಗೆ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯದ ನಾನಾ ಅರ್ಥಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಭವಗಳು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಓದುಗನ ಅರ್ಥವೇ ಇಲ್ಲವೇ ಪಠ್ಯದ ಬಗೆಗಿನ ಅವನ ವ್ಯಾಖ್ಯವೇ ಅಂತಿಮವಲ್ಲ. ಜಾಸ್ ಮುಂದಿಟ್ಟ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಎರಡು ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುತ್ತವೆ. ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ಓದುಗ ಪ್ರಥಮ ಭಾರಿಗೆ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಎದುರಾದಾಗ ಅದರ ಕಲಾತ್ಮಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಇತರೆ ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿ ಅಥವಾ ಹೋಲಿಸಿ ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಆತ ತನಗೊದಗಿದ ಅರ್ಥವನ್ನು ತಲೆಮಾರುಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ಸಾಹಿತ್ಯ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಮೂಸೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಅಂದರೆ ಒಬ್ಬ ಓದುಗ ಪಠ್ಯಮುಖಿಯಾಗಿದ್ದಾಗ ಸಂದರ್ಭೋಚಿತವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾನೆ. ಓದುಗನ ಆಗಿನ ಸಂದರ್ಭದ ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು ಜೊತೆಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಪಠ್ಯ ಹೊರಬಂದಾಗ ಕೃತಿಕಾರ ತನ್ನ ಸಮಯದ ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಆ ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿರುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದು ಸಾಹಿತ್ಯಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆ ಕೃತಿಯನ್ನು ಇಟ್ಟು ನೋಡುವುದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಓದುಗ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯದ ಅಭಿಗಮನವಾದಾಗ ಕೃತಿಯ ಸಂದರ್ಭ ಮತ್ತು ಓದುಗನ ಸಂದರ್ಭ ಜೊತೆಗೆ ಪಠ್ಯದ ವ್ಯಯಕ್ತಿಕ ಕಲಾತ್ಮಕ ಅಂಶಗಳೂ ಆಗಲೇ ಮೂಡುತ್ತವೆ. ತನ್ನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನು ಪುಷ್ಠೀಕರಿಸಲು ಆತ ಕೆಲವು ಪ್ರಮಾಣಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾನೆ.

ಮೊದಲನೆಯದು, ಕೇವಲ ಘಟನೆಗಳನ್ನೇ ಆಧರಿಸಿದ ಇತಿಹಾಸವು ಹೇಗೆ ಸಾಹಿತ್ಯವಾಗಿ ಮಾರ್ಪಾಡಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದು ಮೊದಲನೇ ಪ್ರಮಾಣ. ಇತಿಹಾಸದ ಘಟನೆಗಳನ್ನೇ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ

ಮಾಡಿದಾಗ ಅದು ಕೇವಲ ಒಂದೇ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕೊಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ –ಸ್ವಗತ ಕಥಾನಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದನ್ನೇ ಸಾಹಿತ್ಯದ ಕೃತಿಯನ್ನಾಗಿ ಮಾರ್ಪಾಡು ಮಾಡಿದಾಗ ಸಾಕಷ್ಟು ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅದು ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಅಸಾದೃಶ್ಯ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ. ಪಠ್ಯವು ಆಯಾ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ವಿಭಿನ್ನ ರುಚಿಯ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಅನೇಕ ಅರ್ಥ ಆಯಾಮಗಳಿಗೆ ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳತೊಡಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ನಮ್ಮ ತಂದೆ ಮತ್ತು ತತ್ಸಮಾನರು ಶ್ರೀ ಕೃಷ್ಣ ಪಾರಿಜಾತವನ್ನು ನೋಡಿದ ರೀತಿಗೂ ನಾವು ನೊಡುವ ರೀತಿಗೂ ಬಹಳವೇ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೂ ನಮ್ಮ ಮಕ್ಕಳು ಅದನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುವ ರೀತಿಗೂ ಬಹಳವೇ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿರುತ್ತದೆ. ಜನಪದ ನಾಟಕಕಾರನೂ ಕೂಡ ಪುರಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಬರುವ ಕೃಷ್ಣನನ್ನೇ ಯಥಾವತ್ತಾಗಿ ಮೂಡಿಸಿರುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ತನಗೇ ಬೇಕಾದಂತೆ ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆತ ಅದನ್ನು ಪುನಃಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಕೃತಿಕಾರರು/ಸಾಹಿತಿಗಳು ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಇತಿಹಾಸಕಾರರಾಗುತ್ತಾರೆ. ತಮ್ಮ ಸಾಹಿತ್ಯ ಕೃತಿಯ ಮೂಲಕ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ಸೃಷ್ಠಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತು ಓದುಗರು ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗ ಅದಕ್ಕೆ ತಮ್ಮದೇ ಅರ್ಥಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟು ಕೃತಿಯ ಮುನ್ನಡೆಗೆ ಕಾರಣರಾಗುತ್ತಾರೆ.

ಎರಡನೆಯದಾಗಿ, ಒಂದು ಕೃತಿಯ ಓದಿನ ಅಂದರೆ ನಮ್ಮ ಅನುಭವದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿನ ಓದಿನ ನಂತರ ಅದಕ್ಕೊದಗಿ ಬರುವ ಅನುಭವವನ್ನುಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಸೂಕ್ತ ಮಾನದಂಡಗಳಿರ ಬೇಕೆನ್ನುತ್ತಾನೆ. ನನ್ನ ಓದಿನ ಅನುಭವದೊಳಗೆ ಮತ್ತೊಬ್ಬರು ನುಸುಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ ಅದನ್ನು ವಾಸ್ತವಿಕ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ತೆರೆದಿಡಲು ಮಾನದಂಡಗಳ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ನಮ್ಮ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಮೂರ್ತ ರೂಪದಲ್ಲಿಡುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆ ಮೂಡುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸಲು ಕೃತಿಯನ್ನು ಅದರ ರಚನಾ ಪ್ರಕಾರಗಳಲ್ಲಿ ನೋಡಿ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕಾದಂಬರಿಯೊಂದನ್ನು ಓದಿದಾಗ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳಕಿಗೆ ತರಬೇಕಾದರೆ ಅದು ಚೆನ್ನಾಗಿದೆ, ಸುಂದರವಾಗಿದೆ, ಕಲಾತ್ಮಕವಾಗಿದೆ, ಪದಗಳಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದಿಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಹೇಳಿಬಿಟ್ಟರೆ ಯಾವುದೇ ಅರ್ಥವ್ಯಾಪ್ತಿಗೂ ನಮ್ಮ ಅನುಭವವು ಸೇರುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಈ ಕಾದಂಬರಿಯನ್ನು ಮಹಾಕಾವ್ಯದ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ಬರೆದಿದ್ದಾರೆ ಎಂದರೆ ನನ್ನ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಮೂರ್ತರೂಪಕ್ಕೆ ಇಳಿಸಿದಂತಾಗುತ್ತದೆ. ನನ್ನ ಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡು ಅದನ್ನು ಇನ್ನೊಬ್ಬರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇನೆ. ಈ ಚೌಕಟ್ಟು ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೇ ಮತ್ತೊಬ್ಬರು ನಮ್ಮ ಅರ್ಥವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುವುದಾದರೂ ಹೇಗೆ. ವಿಮರ್ಶಕನು ತನ್ನ ವಿಮರ್ಶೆಯನ್ನು ಒಂದು ಮೂರ್ತ

ಒಟ್ಟಂದದಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಿಕೊಟ್ಟಾಗಲೇ ನಮಗೆ ಅರ್ಥವು ಹೊಳೆಯುತ್ತದೆ. ಕೃತಿಯನ್ನು ಮಾಪನಮಾಡಲು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಇರಲೇ ಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಗ್ರಹಿಕೆಯ ಸಾರವು ಯಾರನ್ನೂ ಮುಟ್ಟುವುದಿಲ್ಲ.

೩.೪. ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಪಠ್ಯಗಳು

'ಬದುಕು ಮಾಯೆಯ ಆಟ' ಎಂಬ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಧಾರಾವಾಹಿಯು ಪ್ರಸಾರಗೊಂಡ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲ ಕಡೆಯಿಂದಲೂ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳು ಹರಿದುಬಂದವು. ಧಾರಾವಾಹಿಯು ಮದ್ಯಮವರ್ಗದ ಕುಟುಂಬಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಅವರಿಗೆ ಮುಖಾಮುಖಿಯಾಗುವ ಘಟನೆಗಳನ್ನು, ಅವರಿಗೊದಗುವ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಮತ್ತು ಕೊನೆಗೆ ತಮ್ಮ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೇ ತಮ್ಮ ಶಕ್ತಿಗನುಸಾರವಾಗಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದ ಮುಕ್ತಿ ಪಡೆಯುವ ಬಗೆಯನ್ನೂ ಧಾರಾವಾಹಿಯ ಸಂಚಿಕೆಗಳು ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ಆಗ ಬಂದ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳು ಇವು "ಕಥೆಗಳು ನಮ್ಮ ನಡುವೆಯೇ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿವೆ", 'ನಾವೇ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಅದನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿದ್ದೇವೆ', 'ಸಂಭಾಷಣೆಯು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಹಿತ ನೀಡುತ್ತದೆ', 'ಅತಿರೇಕವಿಲ್ಲದಿರುವ ಪಾತ್ರಗಳು–ಪಾತ್ರಧಾರಿಗಳು ನಮ್ಮನ್ನೇ ಹೋಲುತ್ತವೆ'... ಇತ್ಯಾದಿ. ಇಲ್ಲಿ ಮೂರ್ತವಾದ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅನುಭವದ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟಾಗ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ.

ಒಂದು ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಯಾವತ್ತಿಗೂ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಿದ್ದೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಒಬ್ಬ ಓದುಗನಾಗಿ ಕೃತಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಾಗ ನನ್ನ ಅನುಭವದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ನನ್ನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದ ನಿಕಟ ಸಂಪರ್ಕದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ನನ್ನ ಮೇಲೆ ಬೀರಿರುವ ಪ್ರಭಾವದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಆ ಪಠ್ಯದಿಂದ ಅನೇಕ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಓದುಗ ಹುಟ್ಟಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಇದೇ ರೀತಿ ಅದೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿರುವ ಅನೇಕ ಓದುಗರೂ ಅವರವರ ಅನುಭವದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಇರಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಒಂದು ಕೃತಿ ಹೊರಬಂದಾಗ ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗೆ ತಕ್ಕದಾಗಿದ್ದರೆ ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಅದರಿಂದ ಸ್ವಲ್ಪ ಹೊರತಾಗಿದ್ದರೆ ಹೊಸ ಕೃತಿ ಹೊಸ ಚಿಂತನೆಯೆನ್ನುತ್ತಾ ಕೃತಿಯನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡುಬಿಡುತ್ತೇವೆ. ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಾವುದಕ್ಕೂ ಅದು ಸೇರ್ಪಡದಿದ್ದರೆ ಉತ್ತಮ ಕೃತಿ ಅಲ್ಲವೆಂದು ಹೀಗೆಳೆಯುತ್ತೇವೆ. ಒಂದು ಸಾಹಿತ್ಯ ಕೃತಿಗೆ ಈ ತೆರನಾದ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತವೆ.

ಒಂದು ಸಾಹಿತ್ಯಕೃತಿ ಹೊರಬಂದಾಗ ಓದುಗರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಆ ಕೃತಿಯು ಮುಟ್ಟದಿದ್ದರೆ ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಪುನಃಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಹೊಸದಾಗಿ ಬಂದ ಕೃತಿಯ

ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮರುನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಅಸಂಗತ ನಾಟಕಗಳು ಬಂದಾಗಿನ ಮೊದಲ ಹಂತದಲ್ಲಿ ನಮಗ್ಯಾರಿಗೂ ಅದರ ಬಗೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒಲವು ಬರಲಿಲ್ಲ. ಹಾಡು ನೃತ್ಯ ಉತ್ತಮ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಆನಂದಿಸಿದ ನಮಗೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಅಸಂಗತ ನಾಟಕಗಳು ರುಚಿಸಲಿಲ್ಲ. ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಅಸಂಗತ ನಾಟಕಗಳು ತಾನೇ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಪುನಃನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಮಾಪನಗಳನ್ನು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಾ ಬಂದಿತು. ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಾ ಸಾಗಿತು. ಈಗ ನಾವು ಅಸಂಗತ ನಾಟಕಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕಿಂಚಿತ್ತಾದರೂ ಒಲವಿನಿಂದ ಮಾತನಾಡುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಪರ್ಯಾವಲೋಚನೆಗೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನಲ್ಲಿ ಹಾಸ್ಯಾಸ್ಪದ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳನ್ನು ನಾವು ಈ ಮೊದಲು ಇಷ್ಟ ಪಡುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಒಂದು ಕಾಲದಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿಯಾದ ದೂರದರ್ಶನಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತಿದ್ದ ಇಂಥ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಬೇಕೆಂದು ಭಾರೀ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯೇ ವ್ಯಕ್ತವಾಗಿತ್ತು.

ಆದರೆ ಕ್ರಮೇಣ ಆ ಪ್ರಕಾರವು ತನ್ನ ಇರುವಿಕೆಯನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುತ್ತಾ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಅದರ ಬಗೆಗಿನ ತಾತ್ಸಾರವನ್ನು ಹೋಗಲಾಡಿಸುತ್ತಾ ಈಗ ಬೃಹತ್ತಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ನಿಂತಿದೆ. ಅಂಥ ಹಾಸ್ಯಾಸ್ಪದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗಾಗಿಯೇ 'ಸಾಬ್ ಟೀವಿ' ವಾಹಿನಿ ಇರುವುದು ನಮಗೆಲ್ಲಾ ತಿಳಿದ ವಿಷಯ. ಈಟೀವಿಯಲ್ಲಿ ಕನ್ನಡದ ಖ್ಯಾತ ನಟ ಮತ್ತು ಕಿರುತೆರೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ನಿರ್ದೇಶಕ ಸಿಹಿ ಕಹಿ ಚಂದ್ರು ಅವರ 'ಪಾಪ ಪಾಂಡು' ಪ್ರಸಾರವಾದಾಗ ಮೊದಲಿನ ಅನೇಕ ಸಂಚಿಕೆಗಳು ಬಹಳ ವಿಮರ್ಶೆಗೆ ಒಳಪಟ್ಟವು. ಆದರೆ ತದನಂತರದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅದು ಮನೆಮಾತಾಗಿದ್ದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದ ವಿಷಯವೇ. ಅದೇ ರೀತಿ ವಿ.ಮನೋಹರ ಅವರ 'ದಂಡಪಿಂಡ'ಗಳು ಧಾರವಾಹಿಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಅಂಥಾ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು ಪ್ರಕರವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ನಿಂತಾಗ ಅದನ್ನು ನಾವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದೇವೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮರುನಿರ್ಮಾಣಗೊಳಿಸಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಟ್ಟಿರುವ ಉದಾಹರಣೆಗಳೇ ಇವು. ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದು ವಿಭಿನ್ನ ಪಠ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ತನ್ನ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಓದುಗ/ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮರು ನಿರ್ಮಾಣ ಮಾಡುವ ಜವಾಬ್ಧಾರಿಯೂ ಅದಕ್ಕಿರುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತನ್ನೇ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ, ಕೇವಲ ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಲು ಅಥವಾ ಅದರ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಲು ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೆವು. ಆದರೆ

ಅದು ತನ್ನಲ್ಲಿ ಕಥೆಯೊಂದನ್ನು ಅಡಕ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಸೃಜನಕ್ರಿಯೆ ಎಂದು ಗೊತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಕಾಲಕ್ರಮೇಣದಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ನಮ್ಮ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಬದಲು ಮಾಡಿವೆ.

ಒಂದು ಪಠ್ಯದಿಂದ ಮತ್ತೊಂದಕ್ಕೆ ನಿರಂತರವಾದ ಸಂಪರ್ಕವಿದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂಪರ್ಕ ಯಾ ಸಂಬಂಧವು ಕೇವಲ ಐತಿಹಾಸಿಕವಾದುದ್ದಲ್ಲ. ಅದರ ಗ್ರಹಿಕಾ ನೆಲೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆಯೂ ಕೂಡ ಈ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಬಹಳ ವಿಸ್ತಾರವಾದ ರಂಗ ಸಜ್ಜಿಕೆ, ವಸ್ತ್ರಾಲಂಕಾರ, ಪಾತ್ರ ಪೋಷಣೆಗಳಿದ್ದವು. ಸದಾರಮೆ ಅಥವಾ ದಾನಶೂರ ಕರ್ಣ ಆಟ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದರೆ ಆಯಾ ಸಂದರ್ಭದ ಸಜ್ಜಿಕೆಗಳು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಅವಿರ್ಭವಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ನಮಗೆ ಅದೇ ಅವಿಸ್ಮರಣೀಯ ಅನುಭವ. ನಾವು ಅದನ್ನೇ ಸರ್ವಸ್ವವೆಂದು ಮೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿದ್ದೆವು. ಕ್ರಮೇಣ ವಾಸ್ತವತೆಯನ್ನೇ ರಂಗ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ತಂದಂಥ ನಾಟಕಗಳಿದ್ದವು. ಹೇಗೆ ಮನುಷ್ಯ ಜೀವನ ನಡೆಸುತ್ತಾನೋ ಅದನ್ನೇ ಅನುಕರಣೆ ಮಾಡುವ ನಾಟಕಗಳು ಬಂದವು. ಅಂದರೆ ಕಿಚನ್ ಸಿಂಕ್ ಡ್ರಾಮಾ, ನ್ಯಾಚುರಲಿಸ್ಟ ನಾಟಕ ಇತ್ಯಾದಿ...ನಮಗೆ ಅವು ಹೊಸದಾಗಿ ಕಂಡರೂ ಹಳೆಯ ರಂಗ ಪಠ್ಯದ ಮೂಲಕವೇ ಹೊಸದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಶುರು ಮಾಡಿದೆವು. ಹೊಸದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಲೇ ಮುಂದೊಂದು ದಿನ ಬರುವ ಪಠ್ಯಗಳ ಬಗೆಗೂ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು – ಊಹಾಪೋಹಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳೇ ಅನುಕ್ರಮಗಳ ಭಾಗಗಳಾಗಿ ಸರಣಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಾಶವಾಗುವ ಗ್ರಹಿಕಾ ಮಾಪನಗಳಾಗುತ್ತವೆ. ಹಳೆಯದಕ್ಕೇ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತಾ ಹೊಸದಾಗಿ ಬಂದ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸುತ್ತೇವೆ. ಆಮೂಲಕ ಹೊಸ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತೇವೆ.. ಇದು ಇತಿಹಾಸದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ಆಗಿನ ಪ್ರಸಿದ್ಧ ಧಾರಾವಾಹಿ 'ಬುನಿಯಾದ್'. ಅದನ್ನು ಎವೆಯಿಕ್ಕದೇ ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಿದ್ದೆವು. ಅದರ ಕಥೆಯ ಓಗಕ್ಕೆ ನಾವು ಮಾರುಹೋಗಿದ್ದೆವು. ಈಗ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಿರುವ ಅದೇ 'ಬುನಿಯಾದ್'ನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ನಮಗದಷ್ಟು ರುಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂದಿನ ದಿನಮನಗಳಲ್ಲಿ ಅದರ ಕಥೆಯ ಹಂದರವನ್ನು, ಕಥೆಯ ಓಗವನ್ನು ಮೆಚ್ಚಿದ್ದ ನಾವು ಅದರ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಮಿಕ್ಕೆಲ್ಲವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ನಮಗೆ ಈಗಿನ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳೇ ಹೆಚ್ಚು ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕವಾಗಿ ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆ ಆಸಕ್ತಿ ಹುಟ್ಟಲು ಕಾರಣ 'ಬುನಿಯಾದ್' ನಮಗೆ ಹಾಕಿ ಕೊಟ್ಟ ದಾರಿ. ಗ್ರಹಿಕೆಯ ದಿಕ್ಕು ಮತ್ತು ಗತಿಯನ್ನು ತೋರಿಸಿಕೊಟ್ಟಿದ್ದೇ ಅಂದಿನ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು. ಅವುಗಳ

ಓಗದಲ್ಲಿ ಮುಂದೆ ಬಂದವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾ.... ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾ ಹೊಸ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳಿಗೆ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಗಳನ್ನು ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ... ಪಠ್ಯದ ಮೇಲಿನ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಆ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಪಠ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವವರ ಮೇಲೂ ಹೇರುತ್ತಾ... ಆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ಹೊರಬಂದವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾ... ಮತ್ತೆ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಯ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟುತ್ತಾ... ಹೊಸ ಕೃತಿಯ ರಚನೆಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಾ... ಬಹುಶಃ ಸರಣೀಕೃತ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಸಾಗುವ ನಿರೀಕ್ಷೆ–ಸೃಷ್ಟಿ–ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ವೃತ್ತವನ್ನು ಇಷ್ಟೇ ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳಬಹುದೇನೋ! ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳೂ ಬೆಳೆಯುತ್ತವೆ, ಅದಕ್ಕೆ ಕೃತಿಯು ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಹಿಂದಿನ ಕೃತಿಯ ಸಹಾಯದಿಂದ ಹೊಸದನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಈ ಕ್ರಿಯೆ ನಿರಂತರವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಯಾವುದೇ ಕೃತಿಯನ್ನು ಅದರ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟು ನೋಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅದರ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗದೇ ತಪ್ಪು ಕಲ್ಪನೆಗಳಿಗೆ ಎಡೆಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಗೋಪಾಲಕೃಷ್ಣ ಅಡಿಗರ 'ಹಿಮಗಿರಿಯ ಕಂದರ' ಶುಷ್ಕ ಜಗತ್ತಿನ ಪ್ರಲಾಪಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾ ಸಾಗುವ ಪದ್ಯವನ್ನು ನಗರೀಕರಣ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರೀಕರಣದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲೇ ಇಟ್ಟು ನೋಡ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಎಫ್ ಆರ್ ಲಿವಿಸ್ ಹೇಳುವಂತೆ ಪದ್ಯವೊಂದನ್ನು "ಕ್ಲೋಸ್ಡ್ ರೀಡಿಂಗ್" ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನೋಡುವಾಗ ಆ ಪದ್ಯವನ್ನು ಸಾಕಷ್ಟು ಘಟಕಗಳನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿ ಪ್ರತಿ ಘಟಕದ ಅರ್ಥ, ರಚನೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಪಠ್ಯವೊಂದು ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡಬೇಕಿದ್ದರೆ ಅದನ್ನು ಅದರ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿಟ್ಟು ನೋಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹಿಮಗಿರಿಯ ಕಂದರವನ್ನು ಅದರ ಸಂದರ್ಭದಾಚೆಗೆ ನೋಡುವಂತಾದರೆ ಪಠ್ಯವು ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಸಮಂಜಸವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಅರ್ಥವು ಗೌಣವಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೇ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಪಠ್ಯವೊಂದನ್ನು ನೋಡಬೇಕಾದರೆ ಅದರ ಇತಿಹಾಸದ ಬೆಳಕಿನಡಿಯಲ್ಲಷ್ಟೇ ನೋಡುವುದಲ್ಲ ಜೊತೆಗೆ ಓದುವಂಥ ಕಾಲದ ಆಕರಗಳನ್ನೂ–ಭಾಷೆ ಆಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಇನ್ನಿತರೆ ಅಲಂಕಾರಿಕ ಆಕರಗಳಾಗಿರಬಹುದು–ಜೊತೆಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಓದಬೇಕು.

ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಪಠ್ಯದ ಓದಿನ ರೀತಿಯ ಜೊತೆಗೆ ನಮ್ಮ ಸಮಕಾಲೀನತೆಯನ್ನೂ ಪಠ್ಯದ ಓದಿನೊಂದಿಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡೊಯ್ಯಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ನಮ್ಮ ಸಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅನುಭವಗಳನ್ನೂ ಮೇಳೈಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿ 'ದೂರದರ್ಶನ'ದಲ್ಲಿ ೧೯೮೦ರ ದಶಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾದ 'ಏ ಜೋ ಹೈ ಝಿಂದಗಿ' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಅಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿತ್ತೆಂದರೆ ಪ್ರತಿ ಶುಕ್ರವಾರ ಸಂಜೆ ೯ಕ್ಕೆ ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ

ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿನ ಜನರ ಓಡಾಟ ನಿಂತುಬಿಡುತ್ತಿತ್ತು. ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಸರಳವಾದ ಹಾಸ್ಯವನ್ನು ಜನಜೀವನದಲ್ಲಿ ಆಗಬಹುದಾದ ಹಾಸ್ಯಾಸ್ಪದ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿ ನಮಗೆ ಕೊಡುತ್ತಿತ್ತು. ಮನೆ ಮಂದಿಯೆಲ್ಲಾ ಕುಳಿತು ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಸವಿದಿದ್ದೇವೆ. ಆದರೆ ಈಗಿನ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ತೋರಿಸಿದಾಗ 'ಎಂಥಾ ಮೂರ್ಖತನ' ಎಂದು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಸಿದ್ದಾರೆ. ಆಗಿನ ನೋಡುಗರು ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಒಂದು ಅವಿಸ್ಮರಣೀಯ ಘಟನೆಯಾಗಿ ಅದರಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡಿದ್ದರು.

ಇದೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಕಂದರವನ್ನು ಒಂದು ಮಾಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕೆಂದು ಜಾಸ್ ತನ್ನ ಪ್ರಮೇಯಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾರುತ್ತಾನೆ. ಒಂದು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಮಟ್ಟಿಗಿನ ಭಂಗವು ಸಂಭವಿಸಿರುತ್ತವೆ. ಓದುಗ ತನ್ನ ಅನುಭವದ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ತನ್ನ ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅವನ್ನು ತುಂಬಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ರಾಮಾಯಣದಲ್ಲಿ ವಿಸ್ತೃತವಾದ ವಿವರಣೆಗಳಿದ್ದರೂ ಆ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ನಾವೇ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಓದಿನ ನಡುವೆ ಸಮನ್ವಯತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದು ಹೀಗೆಯೇ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದು ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಬರುವ ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಗ್ರಹಿಕೆಯ ಅಧಾರದಲ್ಲಿ ಮೂರ್ತರೂಪಕ್ಕೆ ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಇಳಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ವೊಲ್ಫ್‌ಗಾಂಗ್ ಐಸರ್ ಅವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಓದುವಾಗ ಅಥವಾ ನೋಡುವಾಗ ಪಠ್ಯವನ್ನು ವಾಸ್ತವೀಕರಿಸಿ, ಲೋಕವನ್ನು ಸಾಕ್ಷಾತ್ಕರಿಸಿ ನಂತರ ಮೂರ್ತಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ/ ಸ್ಥಾನೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಜಾರಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮೂಲಕ ಓದುಗ ಪಠ್ಯದ ಲೋಕವನ್ನು ತನ್ನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡುವಾಗ ಅವನ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚದ ಅರಿವು ಮತ್ತು ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯೂ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಮೂರ್ತೀಕರಿಸುವುದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಸೇರಿದರೇನೇ ಗ್ರಹಿಕೆಯು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಎರಡು ಹಂತದ ಕ್ರಿಯೆಯು ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಒಂದು, ಪಠ್ಯ ಅದರ ರಚನೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು ಹೊತ್ತು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಸಾಕಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ನಾವು ಅಂದರೆ ಓದುಗರು/ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ನಮ್ಮೆಲ್ಲಾ ಅನುಭವಗಳೊಂದಿಗೆ ಪಠ್ಯದ ಬಳಿ ಸಾರುತ್ತೇವೆ. ಇವೆರಡೂ ಕ್ರಿಯೆಗಳು ಸೇರಿದಾಗ ಅಸದೃಶವಾದ, ಅಪೂರ್ವವಾದ ಅನುಭವವು ಸಿದ್ಧಿಸುತ್ತದೆ ಹೊರಬರುತ್ತದೆ. ಈ ಅನುಭವ ಸಿದ್ಧಿಯೇ ಅನನ್ಯವಾದ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ದಾರಿಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇದೇ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಯ ಸಾರ!

ದೂರದರ್ಶನ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾದ ಭೀಷ್ಮ ಸಹಾನಿಯವರ 'ತಮಸ್' ಇಡೀ ರಾಷ್ಟ್ರದ ಜನತೆಯಲ್ಲಿ ವಿಸ್ಮಯವನ್ನು, ಬೆರಗನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸಿತು. ಕಾರಣ ತನ್ನೆಲ್ಲ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಿಂದ, ದೃಶ್ಯ ಚಂದಸ್ಸಿನಿಂದ, ಕಥಾನಕದ ಐತಿಹಾಸಿಕ ನೆಲೆಗಟ್ಟಿನ ಒಟ್ಟಂದದಿಂದ ಅದು ನಮ್ಮೆದುರು ಬಂದು ನಿಂತಾಗ ನಾವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ರೀತಿ ಉದಾಹರಣೀಯ. ಜನಾಂಗೀಯ ದ್ವೇಷವು ಹೊಗೆಯಾಡುತ್ತಿದ್ದಂತ ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಅನುಭವಗಳನ್ನು, ಆ ಕಥೆಯ ಸಾರಕ್ಕೆ ತತ್ಸ್ವರೂಪವಾದ ಜ್ಞಾನಪ್ರಪಂಚದ ಕಣ್ಣಿನಿಂದ ಪರಸ್ಪರರ ಮೇಲಿನ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಒಳತೋಟಿಗಳ ಬೆಳಕಿನಿಂದ ನಾವೂ ಕೂಡ ಭೀಷ್ಮ ಸಹಾನಿಯವರ ಆ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಮುಖಾಮುಖಿಯಾಗಿದ್ದೆವು. ಆ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಆ ವಿಸ್ಮಯ, ಬೆರಗು, ದಂಗು!

ಇಲ್ಲಿಗೆ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಒಟ್ಟಾರೆ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವ ಜಿಜ್ಞಾಸೆ ಪೂರ್ಣ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಪಡೆದೊಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಲೋಕ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಥಟ್ಟನೇ ಹೊಳೆಯುವುದು ನಾವೆಲ್ಲರೂ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ದೃಶ್ಯದ ಸಾರಸ್ವರೂಪದಲ್ಲೇ ಕೂಡಿಸಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ ಎಂದು. ಇದು ನಿಜವೂ ಹೌದು. ಹೀಗೊಂದು ಕಾದಂಬರಿಯನ್ನು ಓದುತ್ತಿದ್ದರೆ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚದ ಸಂಕೇತಗಳು ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಕಾದಂಬರಿಯಲ್ಲಿನ ಲೋಕ ಅದು ಕಲ್ಪನಾವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿದ್ದರೂ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಆ ಲೋಕವು ಸೃಷ್ಠಿಯಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಆ ಸೃಷ್ಠಿಸಾಧ್ಯಕ್ಕೆ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿ ಅದನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತೇವೆ ಹಾಗೆ ಮಾಡುತ್ತಲೇ ಅದನ್ನು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾನೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಆ ಕಾದಂಬರಿಯ ಓದಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲಿನ ಪದಗಳು ಅರ್ಥ ಸ್ವರೂಪ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಂತೇ ಆ ಕೃತಿಯ ಲೋಕದ ಮಾನಸಿಕ ಚಿತ್ರಣಗಳು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಮೂಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತವೆ. ಅದಕ್ಕೇ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತಿರುತ್ತೇವೆ. ಅಂದಾಕ್ಷಣ ದೃಶ್ಯ ಕಥಾನಕವು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಮೂಡುತ್ತಾ ನಾವು ಅದರೊಂದಿಗೆ ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗುತ್ತೇವೆ. ಹೀಗೆ ನಮ್ಮ ಮತ್ತು ಕೃತಿಯ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಅದು ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಮೂರ್ತೀಕರಿಸಿದಾಗಲೇ. ಹಾಗಿದ್ದರೇ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚದ ಛಂದಸ್ಸು ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಇಲ್ಲವೇ? ಇದ್ದರೂ ಅವು ಕೃತಿಯ ಲೋಕವನ್ನು ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡುವುದರಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತವೆ.

ಆದರೆ ಈಗ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯೇ ನಮ್ಮನ್ನು ವ್ಯಾಪಿಸಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ನಮ್ಮ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು, ಭಾವ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ದಾಳಿ ಮಾಡಿಬಿಟ್ಟಿವೆ. ನಮ್ಮ ಓದುವ/ನೋಡುವ ಅನುಭವವನ್ನು ಎಲ್ಲಾ ಸ್ಥರಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಮುಟ್ಟುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, 'ದಿ ಮೇಟ್ರಿಕ್ಸ್' ಸಿನೆಮಾವನ್ನು ನೋಡುವಾಗ

ನಮಗೆ ಕಥೆಯನ್ನು ಹೇಳುವ ಪರಿ ಹೆಚ್ಚು ಇಷ್ಟವಾಗಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್ ಇದೆ, ವರ್ಚುವಲ್ ಸೆಟ್ಸ್ ಇವೆ, ಮೇಲಾಗಿ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಮೇಳೈಸುವ ನಮ್ಮ ಮುಂದಿಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ ಅದ್ಭುತ ಸಿನೆಮಾ ಆಗಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಕಥೆಯ ಮೂಲಕ ನಾವು ಇನ್ನಿತರೆ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ಅಂದರೆ ಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಸವಿಯುತ್ತಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಈ ಎಲ್ಲಾ ವ್ಯಂಜನಗಳ ಮೂಲಕ ನಾವು ಕಥೆಯನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಅಂದರೆ ಕೇವಲ ನೋಡಿದ್ದು ಯಾವುದನ್ನು? ಸವಿದದ್ದು ಯಾವುದನ್ನು? ಈ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಅದೇ ವಾಸ್ತವವಾಗಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಎಲ್ಲರೂ ಹೀಗೇ ಗ್ರಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಅದೇ ಸಮಾಧಾನ. ಕಾರಣ ನಮ್ಮ ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳ ಕಿಂಡಿಯ ಗಾತ್ರ, ಚಂದ ಹ್ಯಾಗಿದೆಯೋ ಹಾಗೆ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆ ಸಾಗುತ್ತದೆ.

೩.೫. ಪಠ್ಯದ ಸಂಕೇತ–ವಿಸಂಕೇತಿಕರಣ

ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಮೇಲೆ ಸಾಕಷ್ಟು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಬಂದಿವೆ. ಬಹುಶಃ ಈ ಮೇಲಿನವೇ ಮುಂದೆ ಬರುವ ವಿಘಟಿತ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿನ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಹೇಳಿಬಿಟ್ಟಿವೆ ಮತ್ತು ಇವೇ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಕ್ಕೆ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣಗಳು. ಆದ್ದರಿಂದ ಮುಂದಿನವುಗಳ ಚರ್ಚೆ ಬೇಡವಾಗುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ೧೯೭೦ರ ವೇಳೆಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಸಮೀಪ ಬಂದಿತ್ತು. ಅದರ ಪ್ರಭಾವದಿಂದ ಅನೇಕ ಅಚಾತುರ್ಯಗಳೂ, ಆಡಳಿತಶಾಹಿಗಳಿಗೆ ಅನುಕೂಲವೂ ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗಳಿಕೆಯೂ ಆಗಿತ್ತು. ೧೯೭೩ರಲ್ಲಿ ಓದುಗರ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಮೆರಿಕೆಯ ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ್ ಅವರು ಟೆಲಿವಿಷನ್ ವೀಕ್ಷಕರನ್ನೇ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಹೊರತಂದರು. ೧೯೭೩ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾದ ಅವರ 'ಎನ್‌ಕೋಡಿಂಗ್ ಅಂಡ್ ಡೀಕೋಡಿಂಗ್ ಇನ್ ದ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಡಿಸ್ಕೋರ್ಸ್' ಎಂಬ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಎನ್ಕೋಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಡೀಕೋಡಿಂಗ್ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸುತ್ತಾರೆ.[೯] ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮತ್ತು ಪಠ್ಯದ ನಡುವಣ ಕೊಡು–ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪಠ್ಯ ತಿರಸ್ಕಾರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಬೆಳಕಿಗೆ ತರುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಠ್ಯವನ್ನು ವಿನಮ್ರವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತ ಮೂರು ಪ್ರಮೇಯಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುತ್ತಾರೆ. ಎನ್ಕೋಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಡೀಕೋಡಿಂಗ್ ಎಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಮುಖಾಂತರ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ನೋಡುವ ಬಗೆಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಮೊದಲಿಗೆ ಇವೆರಡೂ ಪದಗಳನ್ನು ಕನ್ನಡೀಕರಿಸಿದರೆ 'ಸಂಕೇತಿಸುವುದು' ಮತ್ತು 'ವಿಸಂಕೇತಿಸುವುದು' ಎಂದಾಗುತ್ತದೆ. ಓಂ ಪ್ರಥಮದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾತೃನು/ ನಿರ್ಮಾಪಕನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ

ತಲುಪಿಸಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು/ಅರ್ಥವನ್ನು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಅಡಕಗೊಳಿಸಿ-ಸಂಕೇತಿಸಿ ಕಳುಹಿಸುತ್ತಾನೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಬಂದಂಥ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಪಠ್ಯದ ನಿರ್ಮಾಪಕನು ಸಂಕೇತಿಸಿ ಕಳುಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಮಾಪಕ ಎಣಿಸಿದಂತೆಯೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅರ್ಥಮಾಡಿ ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಬೇರೆಯದೇ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತೂ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ನಿರ್ಮಾಪಕನಿಂದ ಬಂದ ಪಠ್ಯವನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಿಬಿಡುತ್ತಾನೆ ಇಲ್ಲವೇ ಅರ್ಥೈಸಲು ವಿಫಲವಾಗುತ್ತಾನೆ. ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ ಅವರು ತಮ್ಮ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ವಿಭಿನ್ನ ನೆಲೆಗಳಿಂದ ಬರುವ ಓದನ್ನು ಮೂರು ವಿಧಗಳಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಓದುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ ಮೂರು ರೀತಿ ಇರುತ್ತವೆ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಮೊದಲನೆಯದು ಡಾಮಿನೆಂಟ್ ಕೋಡ್-ಪಕ್ಷಪಾತದ/ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿದ ಗ್ರಹಿಕೆ ಅಥವಾ ಓದು. ಇಲ್ಲಿ 'ಗ್ರಹಿಕೆ' ಎಂದು ಸಂಭೋದಿಸುವುದೇ ಸಮಂಜಸವೆಂದು ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ್ ಅವರು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನೇ ಗಮನವಿಟ್ಟು ಬರೆದಿದ್ದಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಪಕನು ಕೊಟ್ಟಂಥ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹಾಗೆಯೇ ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕೆಂದು ಆಶಿಸುವುದು. ಎರಡನೆಯದು ಪ್ರೊಫೆಷನಲ್ ಕೋಡ್. ಈ ರೀತಿಯ ಓದು ಮೇಲಿನ ಪಕ್ಷಪಾತದ ಓದಿಗಿಂತ ಸ್ವಲ್ಪವೇ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಎಲ್ಲಾ ತಾಂತ್ರಿಕ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸಂಕೇತಿಸಿದಾಗ ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚಾಗಿಯೇ ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥವು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಿಗೆ ಹೊಳೆಯುತ್ತದೆ. ನಿರ್ಮಾಪಕನ ಒತ್ತಾಯ ಇಲ್ಲಿ ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಇದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಬೇಕೆಂದು ಆತ ಹೇಳುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಆದರೆ ಆ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕೊಡೋ ರೀತಿಯನ್ನು ಮಾರ್ಪಾಡುಮಾಡಿ ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ.

ಮೂರನೆಯದ್ದು ಉದ್ದಿಷ್ಟ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡುವ ಓದು- ನೆಗೋಷಿಯೇಟೆಡ್ ಕೋಡ್. ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನು ಬಂದಂಥ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ನಿರ್ಮಾಪಕ ಹೇಳಿದಂತೆ ಓದದೇ, ಬಂದಂಥ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತನ್ನ ಹಿಂದಿನ ಅನುಭವವನ್ನು ಮೇಳೈಸಿಕೊಂಡು ಸುಸಂಸ್ಕೃತವಾದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಅದನ್ನು ನಿರಾಕರಿಸಿಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ಬಂದಂಥ ಅ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಪ್ಪಲೂ ಬಹುದು ಇಲ್ಲವೇ ಸುಮ್ಮನಾಗಿ ಬಿಡಬಹುದು. ಸಂವಹನೆಯನ್ನು ಪಡೆದು ಬೇರೆ ರೀತಿಯಾಗೇ ತನ್ನದೇ ಆದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಲೇಪಿಸುತ್ತಾನೆ.

ನಾಲ್ಕನೆಯ ಪ್ರಮೇಯವು ಅಪೋಜಿಷನಲ್ ಕೋಡ್. ವಿರೋಧವಾದ/ವಿರುದ್ಧಾತ್ಮಕ ಕೊಡ್. ಈ ಪ್ರಮೇಯದಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಳಿಸಿದಂತೆಯೇ ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕೆಂಬ ಯಾವುದೇ ಬಂಧವಿಲ್ಲ. ಅರ್ಥ ಕಟ್ಟುವುದು ಬಿಡುವುದು ಓದುಗನ ನಿರ್ಧಾರ. ಮತ್ತು ಕಳಿಸಿದಂಥ

ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ನಂತರವೂ ಅದಕ್ಕೆ ವಿರುದ್ಧವಾದ ಮತ್ತು ಯಾರೂ ಎಣಿಸಿರಲಾರದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟುತ್ತಾನೆ/ವಿಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಉದಾಹರಣೆ,. ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನ ಹಿಂದಿ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳಲ್ಲಿ (ಈಗೀಗ ಕನ್ನಡದಲ್ಲೂ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿದೆ) ಹೆಂಗಸರನ್ನೂ ವಿಲನ್‌ಗಳಂತೆ ಬಿಂಬಿಸಲಾಗಿರುವ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಹೆಣ್ಣಿನ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ಕೆಟ್ಟ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಮತ್ತು ಆಕೆ ತನ್ನ ಮನೋಭಿಲಾಷೆಗೆ ಮನೆ ಮತ್ತು ಮನವನ್ನೂ ಹ್ಯಾಗೆ ಮುರಿಯುತ್ತಾಳೆ ಮತ್ತು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾಳೆ ಎಂಬುದೇ ವಿಷಯವಾಗಿತ್ತು. ಇದನ್ನು ಪ್ರಥಮ ಭಾರಿಗೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನಲ್ಲಿ ತಂದಾಗ ಎಲ್ಲರೂ ದಂಗಾದರು. ಕಾರಣ ಪಾತ್ರ ಪೋಷಣೆ ಅಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಹೆಣ್ಣುಮಗಳೂ ಖಳನಾಯಕಿಯ ಪಾತ್ರ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂತಲೂ ಅಲ್ಲ! ವಿಲನ್ ಪಾತ್ರಧಾರಿಯ ಹಾವ ಭಾವ, ಆಕೆ ಉಟ್ಟಿದ್ದ ಬಟ್ಟೆ – ತೊಟ್ಟ ಬಂಗಾರ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಇಷ್ಟವಾಗಿ ಪಾತ್ರದ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಅದರ ಪೋಷಣೆಯ ಬಗೆಗೆ ಯಾರೂ ತಲೆ ಕೆಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಿಲ್ಲ. ಈಗಲೂ ಕೂಡ ನೀವು ಗಮನವಿಟ್ಟು ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿನ ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳನ್ನು ನೋಡಿದರೆ ಹಣೆಯ ಮೇಲೆ ನೀಳವಾದ ಡಿಸೈನರ್ ಸ್ಟಿಕರ್ ರಾರಾಜಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಡಿಸೈನರ್ ಸೀರೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತೃತ ಹಾವಭಾವಗಳು ಇವೆಲ್ಲವೂ ಟೆಲಿವಿಷನ್'ನ ಹೆಣ್ಣು ವಿಲನ್ ಪಾತ್ರದಿಂದ ಕಲಿತದ್ದು. ಪಠ್ಯದ ನಿರ್ಮಾಪಕ ಪಾತ್ರದ ಸೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಮಾಡಿದಂಥ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನೇ ನಾವು ಅಲ್ಲಗಳೆದು. ಅದಕ್ಕೇ ಅಂಟಿದ ಪಾತ್ರದ ಬಾಹ್ಯ ಅಲಂಕಾರಗಳಿಗೆ ಮಹತ್ವಕೊಟ್ಟೆವು. ಇದೇ ಅಪೋಸಿಷನಲ್ ಕೋಡ್. ನಾವು ತಿರಸ್ಕರಿಸಿದ್ದಕ್ಕೆ ನಾನಾ ಕಾರಣಗಳಿವೆ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವಾಗಿರಬಹುದು ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿರಬಹುದು... ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಕೇತಿಸಿ ಕೊಟ್ಟಾಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅದರ ಅರ್ಥವ್ಯಾಪ್ತಿಯಿಂದ ಕಳಚಿಟ್ಟು ಬೇರೆಯದೇ ಆಯಾಮವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡೆವು.

ಇದರಿಂದ ನಮಗೆ ವೇದ್ಯವಾಗುವುದೇನೆಂದರೆ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅರ್ಥವನ್ನು ನಿರ್ಮಾಪಕನೇ ಹೇರಿಕೊಡುವುದಿಲ್ಲ, ಬದಲಿಗೆ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನ ಆಪ್ತಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅದು ಮೂಡುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನಿಷ್ಕ್ರಿಯನಲ್ಲ. ಧಾರಾವಾಹಿಯೊಂದು ಪ್ರಸಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರೆ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಪಠ್ಯವೊಂದು ಮೂಡುತ್ತಲಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಓದುಗನಿಗೆ ಮತ್ತು ನೋಡುಗನಿಗೆ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ಬರವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಕೃತಿ ರಚನೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬರಹಗಾರ ರಚನಾ ಕೌಶಲಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಕೃತಿಯನ್ನು ಅಪ್ಯಾಯಮಾನಗೊಳಿಸುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೆಯೇ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲೂ ವಿಭಿನ್ನ ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಕಥೆಯೊಂದನ್ನು/ಪಠ್ಯವೊಂದನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅದನ್ನು ಓದಿದಾಗ/ನೋಡಿದಾಗ ಪ್ರತಿ ಪಠ್ಯದ ಸೃಷ್ಟಿ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ನಡೆದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಈ

ಸೃಷ್ಠಿಯು ಮೂಲ ಪಠ್ಯದ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಸಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ನಮ್ಮ ನಮ್ಮ ಅನುಭವದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ನಮ್ಮ ಅರ್ಥಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿರುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಒಂದು ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ನಾನಾ ಅರ್ಥಗಳು. ಅವು ವಿರೋಧಾತ್ಮಕವಾಗಿರಬಹುದು, ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಅರ್ಥದ ಪುನರ್ನವೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿರಬಹುದು. ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಳೆಯಿಸುವಲ್ಲಿ ಕಲಾಕೌಶಲ ಬಳಕೆಗೆ ಒಂದೆರೆಡು ಉದಾಹರಣೆಯೆಂದರೆ ಮಾನವೀಯ ಸಂಬಂಧಗಳ ವಿಘಟನೆಯ ಬಗೆಗೆ ಮತ್ತು ಪರಿಸರ ಮತ್ತು ಮಾನವನ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧ ಹದಗೆಡುತ್ತಿರುವ ಬಗ್ಗೆ ಗೋಪಾಲಕೃಷ್ಣ ಅಡಿಗರು 'ಹಿಮಗಿರಿಯ ಕಂದರ' ಪದ್ಯದಲ್ಲಿ ಪದಗಳನ್ನು ಕಡೆಯುತ್ತಾ ಅರ್ಥವನ್ನು ಮುಟ್ಟಿಸುತ್ತಾರೆ–"ಹಿಮಗಿರಿಯ ಕಂದರ...ಮಗಿರಿಯ ಕಂದರ...ಗಿರಿಯ ಕಂದರ...ಂದರ" ಹೀಗೆ. ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಗಂಡು ಹೆಣ್ಣಿನ ಮಿಲನವಾದಾಗ ಉರಿಯುತ್ತಿರುವ ಮೇಣದ ಬತ್ತಿಯಿಂದ ಮೇಣವು ಕರಗಿ ಜಾರುತ್ತದೆ. ಮಿಲನವಾಯಿತೆಂತಲೂ...ವಯಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸುಡುವ ಕಾಮನೆಗಳು ಕರಗಿದವೆಂತಲೂ ಅರ್ಥ ವೇದ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮೇಲಾಗಿ ಪಾರಂಪರಿಕ ಸಂವಹನಾ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ/ಮಾದರಿಗಳಲ್ಲಿ ಕಳುಹಿಸುವವ–ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಕೇತಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ–ಸ್ವೀಕರಿಸುವವ, ಈ ರೀತಿಯ ನೇರ ಸಂಬಂಧಗಳಿರುವ ರಚನೆಯಿದ್ದರೆ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿನ ರಚನೆಯು ನಾಲ್ಕು ಹಂತಗಳನ್ನು ದಾಟುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ ಹಾಲ್. ಮತ್ತೂ ಅವುಗಳು ತಮ್ಮ ಪಾಡಿಗೆ ತಾವೇ ಎಷ್ಟು ಸ್ವತಂತ್ರವೋ ಅಷ್ಟೇ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಪರಸ್ಪರ ಅವಲಂಬಿಗಳೂ ಆಗಿವೆ. ಈ ನಾಲ್ಕು ಹಂತಗಳಿಂದ ಸೋಸಿ ಸಾಗುವ ಮಾಹಿತಿಯು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವನಲ್ಲಿ ಸೇರಿದಾಗ ತಾನು ಆಶಿಸಿದ ಅರ್ಥವೇ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲವೆಂಬ ಖಾತ್ರಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿದವನಿಗೂ ಗೊತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಇಷ್ಟು ಗದ್ದಲವೆಬ್ಬಿಸುವ ಈ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು ಎಂದರೆ, ಮೊದಲನೆಯದಾಗಿ ನಿರ್ಮಾಣ. ಇಲ್ಲಿಯೇ ಸಂಕೇತಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಚಾಲ್ತಿಗೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿ ವಿಚಾರಗಳಿಂದ ಪ್ರಭಾವಗೊಂಡು ಅದನ್ನು ಪಠ್ಯವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಸಂಕೇತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಇದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ಹ್ಯಾಗೆ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ? ಹೀಗೊಂದು ವಾಷಿಂಗ್ ಮಶಿನ್‌ನ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ಕೂಸನ್ನು ಅದರ ಮೇಲೆ ಕೂರಿಸಿ ತಾಯಿ ಬೇರೆ ಕೆಲಸಗಳಲ್ಲಿ ನಿರತಳಾಗುತ್ತಾಳೆ. ಇದರ ಮೂಲಕ ವಾಷಿಂಗ್ ಮೆಷಿನ್ ಹೆಚ್ಚು ಸದ್ದು ಮಾಡದೇ ಮೌನವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದೆಂತಲೂ ಸಾರುತ್ತಾ ಮಗುವಿನ ನಿದ್ರೆಗೂ ಭಂಗ ತಾರದ ನಿಶ್ಯಬ್ಧತೆಯ ಬಗೆಗೆ ಜಾಹೀರಾತು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಿಕೊಂಡ ಅನೇಕರಿಗೆ ಅನೇಕ ಅರ್ಥ ಹೊಳೆಯಲು ಸಾಧ್ಯ. ಎರಡನೆಯ ಹಂತವು ಆಶಿಸಿದ್ದ ಮಾಹಿತಿ ಹ್ಯಾಗೆ ಪುನಃ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗಿ ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಸುಳಿಯುತ್ತದೆ

ಎಂದು ಸಾರುತ್ತದೆ. ಮೂರನೆಯದಾಗಿ, ಪುನರ್ ಉತ್ಪಾದನೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಜಾಗೃತಿಯನ್ನು ಬೇಡುತ್ತದೆ. ನಾಲ್ಕನೆಯದ್ದು, ಮಾಹಿತಿ ಮುಟ್ಟಿದಾಕ್ಷಣ ಅಂದರೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಸಂಕೇತಿಸಿ ಅದರ ಅರ್ಥವನ್ನು ಸಾಧ್ಯಮಾಡಿಕೊಂಡ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಆಗುವ ಕ್ರಿಯೆ ಏನು? ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಯಾವ ಪ್ರಯೋಜನಕ್ಕೆ ಬಳಸುತ್ತೇವೆಯೋ? ಇದರಿಂದಾಗಿ ಅವರ ಮೌಲ್ಯ ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿ ಏನಾದರೂ ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗುತ್ತವೋ.ಪುನರ್ಉತ್ಪತ್ತಿ ಯಾಕೆಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಸಮಾನಾಂತರದ ಅರ್ಥಕಲ್ಪಿಸಿದಾಗ ಅದರಿಂದ ಅವರು ಪ್ರೇರಣಗೊಂಡು ಅದನ್ನು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆಯೇ ಪ್ರಯೋಗಿಸಿದಾಗ ಅದನ್ನು ಪುನರ್ಉತ್ಪತ್ತಿ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಮೂಲ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಸಂವಾದಿಯಗಿ ಬಂದಿರುತ್ತದೆ.

ಇದರ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ಹಾಲ್ ಸಾಕ್ಷ್ಯ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಆಕರವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಸಾಕ್ಷ್ಯ ಚಿತ್ರವನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡುವಾಗ ಅದು ಜನರನ್ನು ತಲುಪಿ ಅದರಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಕಿಂಚಿತ್ತಾದರೂ ನ್ಯಾಯ ಸಿಗಬಹುದೆಂದು ಎಣಿಸಿರುತ್ತೇವೆ. ಆದರೆ ಅಲ್ಲೇ ಸಾಕಷ್ಟು ವಿರೋಧಾಭಾಸದ ಅರ್ಥಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡುಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ.

ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಿತಿಯನ್ನೂ ಸಾರುವ ಈ ಹಂತಗಳನ್ನೂ ಹೇಳುತ್ತಾ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ/ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೂ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ ಸ್ಟೂವರ್ಟ್ ಹಾಲ್ ಅವರ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ. ಒಟ್ಟಾರೆ, ೧೯೭೩ರಲ್ಲಂತೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕಂಟಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಡುವಿನ ಕ್ರಿಯಾಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮುಂದಿಟ್ಟದ್ದೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಅದಕ್ಕೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವನ್ನೂ ಕೊಡುತ್ತಾ ಮುಂದೆ ಸಾಗುತ್ತದೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಸ್ಮೃತಿಪಟಲದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಆಗುವ ಮುಖಾಮುಖಿಯನ್ನು ಬಿಚ್ಚಿಡುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಮೂಲಕವೇ ನೊಡುತ್ತೇವೆ. ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ಅನುಭವಕ್ಕೆ ಬಂದ ಸತ್ಯ ಏನೆಂದರೆ. ಪಠ್ಯ ಯಾವುದಿರಲಿ ಬರವಣಿಗೆಯೋ – ಇಲ್ಲ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮವೋ ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವಾಗ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಅದರ ಲೋಕವನ್ನು/ಜಗತ್ತನ್ನು ಕಟ್ಟುತ್ತಲೇ ಸಾಗುತ್ತೇವೆ. ಮತ್ತು ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡಿರುವ ಆ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನ, ಅವರ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು, ಅವರ ಚಲನವಲನಗಳನ್ನು ಆರೋಪಿಸಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾ ಓದುತ್ತೇವೆ/ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಇದು ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಶಕ್ತಿಯೂ ಹೌದು ಮತ್ತು ಮಿತಿಯು ಹೌದು. ಮಿತಿ ಯಾಕೆಂದರೆ ನೋಡುವುದು ಎಂದಾಕ್ಷಣ ನಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಮೂರ್ತ ರೂಪ ಬಂದು ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಸೃಷ್ಟಿಗೆ ಅವಕಾಶವೇ

ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಒಂದು ಮಾತಂತೂ ದಿಟ. ನಾಲ್ಕು ಹಂತಗಳನ್ನು ದಾಟುವಾಗ ಮಾಹಿತಿಯ ಶಕ್ತಿಯು ಕ್ಷೀಣಿಸುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಅದೆಷ್ಟೋ ಭಾರಿ ಅಪಮೌಲ್ಯಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಾರಿಭಾಷಿಕಕ್ಕೆ ಬಂದರೆ ಈ ನಾಲ್ಕು ಹಂತಗಳನ್ನು ಪ್ರಿ ಪ್ರೊಡಕ್ಷನ್, ಪ್ರೋಡಕ್ಷನ್, ಪೋಸ್ಟ್ ಪ್ರೊಡಕ್ಷನ್ ಮತ್ತು ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಷನ್ ಎನ್ನುತ್ತೇವೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ತಾಂತ್ರಿಕ ಪರಿಭಾಷೆಯಾಗಿದ್ದು ಪಠ್ಯವನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡುವ ಯೋಜನೆಯಿಂದ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು, ಅದರ ಸೃಷ್ಟಿ ಕ್ರಿಯೆ, ಆನಂತರದ ಸಂಕಲನ ಇತ್ಯಾದಿ ಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಲುಪಿಸುವ ಪ್ರಸರಣ ಕ್ರಿಯೆಯ ವರೆಗೂ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ನಾವೆಣಿಸಿದ ಅರ್ಥ ಕೊನೆಯ ಹಂತಕ್ಕೆ ಬಂದಾಗ ಬದಲಾಗಿಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಅದರೊಳಗೆ ಸಣ್ಣ ಪಲ್ಲಟವನ್ನು ಅಡಗಿಸಿಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ನಿವಾರಿಸುವುದು ಪಠ್ಯದಿಂದ ನಾವು ಏನನ್ನು ಎಷ್ಟು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ ಎನ್ನುವುದರ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಧಾರಿತವಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಹಂತದಲ್ಲೇ ಮತ್ತೊಂದು ಸೂಕ್ಷ್ಮವನ್ನು ನಾವು ಗಮನಿಸಲೇ ಬೇಕು. ಈ ವರೆಗೂ ಪಠ್ಯವನ್ನು 'ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು", "ಸೃಷ್ಟಿಸುವುದು", ಎಂಬ ಪದಗಳಿಂದ ಅದರ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸಂಬೋಧಿಸುತ್ತಿದ್ದವರು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಅಲಂಕರಿಸಿ ಬಿಟ್ಟಾಗಲಿಂದ "ತಯಾರು ಮಾಡುವುದು" "ಉತ್ಪಾದಿಸುವುದು" ಎಂದು ಸಂಬೋಧಿಸುತ್ತೇವೆ. ಜೊತೆಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ/ಓದುಗರು "ಆಸ್ವಾದಿಸುವುದು" ಅಥವಾ "ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು" ಎಂಬುದನ್ನು "ಬಳಸುವುದು", ಎಂದು ಸಂಬೋಧಿಸಲು ಶುರು ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮವು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಹಬ್ಬುವ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು ಜನರನ್ನು ತಲುಪುವ ಗುಣವಿಶೇಷ ಇರುವುದರಿಂದ ಅದು ಅತಿ ಬೇಗನೆ ತನ್ನ ಬಾಹುಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದೇ ಅಲ್ಲದೇ ಎಲ್ಲಾ ಜನ ಸಮೂಹವನ್ನೂ ತನ್ನ ತೆಕ್ಕೆಗೆ ಎಳೆದುಕೊಂಡುಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ನೋಡಲು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದೇ ಇತರೆ ದಿನನಿತ್ಯದ ಅಥವಾ ಬಳಕೆಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಮತ್ತು ಮಾರುವ ಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿಬಿಟ್ಟಿತು. ಈಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೊಳ್ಳುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ರುಚಿಸಲು ತೊಡಗಿದ. ಹಾಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸಣ್ಣ ಭಾಗವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿದ್ದ ೧೯೬೫ ರಿಂದ ೨೦೦೦ವರೆಗಿನ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅದರ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ವ್ಯಾಪಾರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಡಿ ಮೂಡಿಬಂದಂಥ ಮಾಹಿತಿಯೆಲ್ಲವೂ ಇವನಿಗೆ ತಲುಪಿದ್ದೇ ಈತನನ್ನು ಬಳಕೆದಾರನನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಬಿಟ್ಟಿತ್ತು. ಬಳಕೆದಾರನ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಕೊಂಡಿಗಳಾದ ಪಠ್ಯಗಳು 'ಉತ್ಪಾದನೆ'ಯಾಗತೊಡಗಿದವು. ಮುಂದಿನ ಅಧ್ಯಾಯದಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾ ಬಳಕೆದಾರನ ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹೆಜ್ಜೆಗುರುತುಗಳನ್ನು ನೋಡಬಹುದು.

ಕೊನೆಯ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

1. Adorno, T., & Horkheimer, M., 2002: *Dialectic of Enlightenment*. Stanford University Press 15
2. Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. &Gaudet, H., 1944: *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press. 35
3. Abercrombie, N., 1996: Television and Society. Cambridge: Polity Press. 142
4. Tarrant, Richard, 2007: "Ancient receptions of Horace". *The Cambridge Companion to Horace*. Cambridge University Press. 84
5. Russell, Andrew Russell. *'Longinus' on the Sublime*. Clarendon Press. 1964. P.15-75
6. Louise M Autor Rosenblatt, Literature as Exploration, 1995: Modern Language Association of America
7. Holub, Robert C. *Reception Theory: A Critical Introduction*. London: Methuen, 1984. 10
8. WOLFGANG Wallentin M, Nielsen AH, Vuust P, Dohn A, Roepstorff A, Lund TE, 2011: "Amygdala and heart rate variability responses from listening to emotionally intense parts of a story". *NeuroImage*58 (3): 963–73
9. Hall, Stuart. Encoding and Decoding in the Television Discourse. Birmingham [England: Centre for Cultural Studies, University of Birmingham, 1973. 507-17

ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ನಾಲ್ಕನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

೪.೧. ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿ

ಗ್ರಹಿಕೆ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಅಥವಾ ಓದುಗರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಹೇಳುವ ಹಾಗೆ ಎಲ್ಲರೂ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಓದುತ್ತಿರುವ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಅವರು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಪದಗಳಿಂದ ಮೂಡಿದ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು, ಪದಗಳನ್ನಲ್ಲ.. ಇಷ್ಟು ನಮಗೆ ವೇದ್ಯವಾದ ನಂತರ ತಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಹೊಳೆಯುವುದು ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಓದುವಾಗ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯದ ಲೋಕವನ್ನು ದೃಶ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಅಂದರೆ, ಪಠ್ಯದ ಪದಗಳಲ್ಲಿ ಕಲ್ಪಿಸಿರುವ ಲೋಕವನ್ನು ನಾವು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ.

ಹಾಗಾಗಿ ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಈ ಪಠ್ಯದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಾಗಿ ಬಿಡುತ್ತೇವೆ. ಈ ಸುಳಿವಿನ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲೇ ನಾವು ನಾಟಕರಂಗಕ್ಕೆ ಅಂದರೆ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೊದಲ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದಾದರೆ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಹೇಳುವ ಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ನಾಟಕ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿತು ಎನ್ನಬಹುದೇನೋ. ಆದಿಮ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರದಿಪಾದಿಸಲು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಆಗು ಹೋಗುಗಳನ್ನು, ನಡಾವಳಿಗಳನ್ನು ಬಿತ್ತಲು ಜನ ಕಥೆ ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದರು, ಕೇಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಕಥೆ ಹೇಳುವುದು, ಕೇಳುವುದು ಎರಡು ಮಜಲಿನಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿತ್ತು. ಒಂದು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತೊಂದು ಸಾಮೂಹಿಕವಾಗಿ. ಅಜ್ಜಿಯ ಕಥೆ ಮೊದಲನೆಯದಕ್ಕೆ ದೃಷ್ಟಾಂತವಾದರೆ ಹರಿಕಥೆ ಎರಡನೆಯದಕ್ಕೆ. ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಕಥೆ ಹೇಳುವ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಮತ್ತು ಕೇಳುವವರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ವ್ಯಂಜನಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಲಾಯಿತು. ಹಾಡು, ಹೆಚ್ಚು ಮಾತುಗಳು, ಅಭಿನಯ ಮತ್ತಷ್ಟು ಪಾತ್ರಗಳು ಸೇರಿಕೊಂಡು ನಾಟಕವೂ ಆಗಿರಬಹುದು. ಕಾರಣ ಆ ಕಾಲಗಳಲ್ಲಿ ಕಥೆ ಹೇಳುವುದು–

ಕೇಳುವುದು ಮನರಂಜನೆಯ ಅವಿಭ್ಯಾಜ್ಯ ಅಂಗವಾಗಿತ್ತು. ಕೇವಲ ಕಥೆ ಹೇಳುವುದಷ್ಟರಿಂದಲೇ ತೃಪ್ತಿ ಪಡದ ಸಮುದಾಯದ ಸದಸ್ಯರು, ಕಥೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಅನುಕರಣೆ ಮಾಡುವ, ಅನುಕರಣೆಯ ಒಟ್ಟಿಗೆ ಕಥೆಯ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ವೈಭವೀಕರಿಸುವ, ಸಾಲದೆಂಬಂತೆ ಅವುಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮದೇ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಪಾತ್ರಗಳಿಗೆ ಹೊರಿಸುತ್ತಾ ಅಂದರೆ ಹಾಡು, ಕುಣಿತ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಹೊರಿಸುತ್ತಾ ಕಥೆ ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಈ ಅನುಕರಣೆ ಪಾತ್ರದ ವೈಭವೀಕರಣ ಅಥವಾ ಕಥೆಯೇ ಮಾನವರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಿದಲ್ಲ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಕಥೆಗಳೂ ದೈವೀ ಕಥೆಗಳು. ದೇವರ ಪ್ರಭಾವಗಳನ್ನು, ದೇವರ ಲೀಲೆಗಳನ್ನು ಸಾರುವಂಥ ಕಥೆಗಳು. ಆ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ, ತಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಬೇಕಾಗಿರತಕ್ಕಂಥ ನಡಾವಳಿಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲವೇ ಅಗತ್ಯವಾಗಿ ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವಂತಹ ಅನೇಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಈ ಕಥೆಯೊಳಗೆ ಹೆಣೆದಿಟ್ಟು, ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಮೇಲಾಗಿ ಸಾಮೂಹಿಕವಾಗಿ ಕಥೆ ಹೇಳುವ ಮತ್ತು ಕೇಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಹಬ್ಬದ ಆಚರಣೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದವು. ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಒಂದೋ, ಎರಡೋ ದೊಡ್ಡ ಹಬ್ಬಗಳು ಬರುವಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲು ಸುಗ್ಗಿಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸಮೃದ್ಧಿ ದೇವತೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಫಲವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿದ್ದಕ್ಕಾಗಿ ಮತ್ತು ಆ ಸಮೃದ್ಧಿ ದೇವತೆಗೆ ತಮ್ಮ ನಮಸ್ಕಾರಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸದಾ ಕಾಲ ತಮ್ಮನ್ನು ಹೀಗೇ ರಕ್ಷಿಸು ಎಂದು ಕೇಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ ವಿಸ್ತೃತವಾದ ಆಚರಣೆ ಇರುತ್ತಿತ್ತು. ಸುಗ್ಗಿಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರಾಶಿ ಒಟ್ಟಿಯಾದ ಮೇಲೆ ಜನ ಅತ್ಯಂತ ಆನಂದತುಂದಿಲರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಆಟಗಳು, ಹಾಡು, ಹಸೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತವೆ. ಅನೇಕ ಜಾತ್ರೆಗಳು ಕೂಡ ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತವೆ. ಆಚರಣೆ ಎಂದಾದ ಮೇಲೆ ಹಾಡು, ನೃತ್ಯ, ಡೊಳ್ಳು, ಹಲಗೆ ಸಂಗೀತಕ್ಕೆ ಬೇಕಾಗುವ ಎಲ್ಲಾ ಪರಿಕರಗಳು, ನೃತ್ಯ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕ್ರಮೇಣ ಒಂದರಲ್ಲೊಂದು ಒಳಗೊಂಡು ನಾಟಕದ ರೂಪ ತಾಳಿದೆ.

ಗ್ರೀಕ್ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಉಗಮವನ್ನು ನಾವು ನೋಡುವುದಾದರೆ ಈ ಮಾತಿಗೆ ಪುಷ್ಠಿ ಸಿಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಮೊದಲು ಗೀತೆಗಳೇ ಹೆಚ್ಚಿದವು. ಅಲ್ಲಿನ ಸಮೃದ್ಧಿ ದೇವತೆಯಾದ ಡಯಾನೀಸಸ ಸುಗ್ಗಿಯ ಆಚರಣೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಹಾಡು, ಕುಣಿತ ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳೆಲ್ಲವೂ ಇರುತ್ತಿತ್ತು. ಇಡೀ ಸಮುದಾಯವೇ ಈ ಆಚರಣೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಕ್ರಮೇಣ ಆ ಹಾಡು, ಕುಣಿತವೇ ನಾಟಕಗಳಾಗಿ ಮಾರ್ಪಡಾಗಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ಓದಿದ್ದೇವೆ. ಬರವಣಿಗೆಯನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ನಾವು ನಂಬುವುದರಿಂದ ಗ್ರೀಕ್ ನಾಟಕ ಉಗಮದ ಇತಿಹಾಸವನ್ನೇ ನಮ್ಮ ಮಾತುಗಳಿಗೆ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಆಚರಣೆಗಳೂ ಕೂಡ ಆಯಾ

ಊರಿನ ದೇವತೆಗಳನ್ನು ಓಲೈಸುವುದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಈ ಆಚರಣೆಗಳ ಪ್ರಪ್ರಥಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ದೇವತೆಗಳೇ ಅವರಿಗಾಗಿಯೇ ಈ ಆಚರಣೆ. ಈ ಆಚರಣೆಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮನರಂಜನೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದು ಮೌಲ್ಯ ಪ್ರತಿಪಾದನೆ. ಸುಗ್ಗಿ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಹಾಡು, ಕುಣಿತ, ಮೋಜು ಇದ್ದದ್ದೇ. ಕಾರಣ ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರೈತರು ಮತ್ತು ಇತರ ಕಸುಬುದಾರರೆಲ್ಲರೂ ಬಿಡುವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಫಲವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಸಂತೋಷದಿಂದಿರು ತ್ತಾರೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಮೋಜು ಮತ್ತು ಮನರಂಜನೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಿಂತ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದು, ಮೌಲ್ಯ ಪ್ರತಿಪಾದನೆ. ಜೊತೆಗೆ ನಮ್ಮ ನಂಬಿಕೆಗಳ ಪ್ರತಿಪಾದನೆ. ನಮ್ಮ ದೈವದ ಮೇಲಿನ ನಂಬಿಕೆ ಮತ್ತು ದೈವದ ಜೊತೆಗಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುವ ಆಚರಣೆಯೇ ಈ ಹಬ್ಬಗಳು. ಈ ಆಚರಣೆಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿಯೇ ಕಥೆ ಹೇಳುವವರು ವಿಭಿನ್ನ ಧ್ವನಿಗಳನ್ನು ತೆಗೆದು ಕಥೆ ಹೇಳುತ್ತಾ, ಹಾವಭಾವಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುತ್ತಾ, ದೈಹಿಕ ಚಲನವಲನಗಳಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆಗಳನ್ನು ತೋರುತ್ತಾ, ಬೇಕಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮುಖವಾಡಗಳನ್ನು ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ–ಇದ್ದರೆ–ಕಥೆಗೆ ಜೀವ ತುಂಬುತ್ತಿದ್ದರು. ಆಗಲೇ ಹೇಳಿದಂತೆ ಈ ಕಥೆ ಯಾವುವೂ ಕೂಡ ಮನುಷ್ಯನ ನಡುವಿನ ಕಥೆಯಲ್ಲ. ದೈವದ ಕಥೆಗಳು. ಈ ಕಥೆಗಳೇ ಕ್ರಮೇಣ ನಾಟಕಗಳಾದವು. ಧ್ವನಿಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದ ಒಬ್ಬ ಕಥೆ ಹೇಳುವ ಇಬ್ಬರನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡ, ಇಬ್ಬರೂ ಹಾವಭಾವಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡರು. ಮಾತುಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡರು. ಹಾಗೇ ಮತ್ತೊಬ್ಬರು ಸೇರಿಕೊಂಡರು. ಮಗದಿಬ್ಬರು...ಮತ್ತಿಬ್ಬರು...ಸೇರುತ್ತಾ...ಸೇರುತ್ತಾ ಹಾಡು, ನೃತ್ಯ, ಹಾವಭಾವ, ದೈಹಿಕ ಚಲನವಲನ, ಸಂಗೀತ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಸೇರಿ ಒಟ್ಟಾರೆ ನಾಟಕ ರೂಪ ತಾಳಿತು.

ನಾವು ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯದ ಯಾವುದೇ ಮೀಮಾಂಸೆಗಳನ್ನು ನೋಡಿದರೂ ಕೂಡ ಅಂದರೆ ಕೆಲವು ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳನ್ನು ಓದಿದಾಗ ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್‌ನ ಪೊಯಿಟಿಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ತೀರ ಇತ್ತೀಚಿಗೆ ಬಂದ ಓದುಗರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಂಡಾಗ ಒಂದು ಮಾತಂತೂ ದಿಟ. ಇವರೆಲ್ಲರೂ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗಮನವಿಟ್ಟುಕೊಂಡೆ, ಎಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ನೆಲೆ ನಿಂತಿಲ್ಲ. ರಚನಾ ವಿನ್ಯಾಸದ ಮೇಲೆ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಬಂದರೂ ಅವುಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪರವಾಗಿ ಸುದೀರ್ಘವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡದಿದ್ದರೂ ಅದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿಯೇ ಎನ್ನುವುದು ಅವರಿಗೂ ತಿಳಿದಿತ್ತು– ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನೇ ಕುರಿತು ರಚನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದರು. ವ್ಯತ್ಯಾಸವೆಂದರೆ ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಓದು ಬಲ್ಲಂಥವರ ಕಡೆಗೆಯೇ ಹೆಚ್ಚು ವಾಲಿದ್ದವು.

ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್‌ನ ಪೊಯಿಟಿಕ್ಸ್, ಲಾಂಜಿನಲ್ಸ್‌ನ ಸಬ್‌ಲೈಮ್, ಓದುಗರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಸಿದ್ಧಾಂತ, ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನೇ ಮುಂದಿಟ್ಟು ನಂತರ ರಚನಾ ಶಾಸ್ತ್ರವನ್ನು ನಮ್ಮೆದುರು ಹರಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತವೆ. ಓದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದ ಗುಣ ಅಂದರೆ, ಆತ ತಕ್ಕಮಟ್ಟಿಗೆ ಅಕ್ಷರಸ್ಥನಾಗಿರಬೇಕಾಗುತ್ತೆ. ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬಂದಾಗ ಅವನಿಗೆ ಅಕ್ಷರದ ಹಂಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಓದುವವನಿಗೂ ಮೀರಿದ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಬಲ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ.

ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಮತ್ತೊಂದು ವಿಶೇಷವೆಂದರೆ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ. ಇಡೀ ಸಮುದಾಯವೇ ಈ ಆಚರಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಹೇಳಿ ಕೇಳಿ ದೈವ ಲೀಲೆಯ ವಿಚಾರಗಳಾದ್ದರಿಂದ ಯಾರೂ ಕೂಡ ಇದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಇದು ಸಾಮುದಾಯಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವಾದ್ದರಿಂದ ಮತ್ತು ದೈವಕ್ಕೆ ಈ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ವಂದನೆಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾ, ದೈವದ ಮುಂದಿನ ಲೀಲೆಗಳನ್ನು ಅನುಭವಿಸಬೇಕಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಎಲ್ಲರೂ ಇದರಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಡಾ.ಚಂದ್ರಶೇಖರ್ ಕಂಬಾರರು ಬಹಳ ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ.

"ನಾಟಕದ ಭಾವಾಭಿನಯವೆಲ್ಲಾ ಲೌಕಿಕದ ಅಭಿನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಅಲೌಕಿಕದ ಅನುಕರಣೆಯೇ ಆಗಿದೆ. ನಾಂದಿ ಎನ್ನುವುದು ಅದರ ಆವಾಹನವಾಗಿ ಭರತ ವಾಕ್ಯ ಅದರ ವಿಸರ್ಜನೆಯಾಗಿದೆ. ನಡುವಿನ ಕ್ರಿಯಾ ಪರಂಪರೆಯೆಲ್ಲಾ ಅಲೌಕಿಕದ ಮೂರ್ತೀಕರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಥೆ ಪ್ರಖ್ಯಾತ ವಾದರೂ ಅಷ್ಟೇ. ಉತ್ಪಾದ್ಯವಾದರೂ ಅಷ್ಟೇ. ಒಟ್ಟು ರೂಪಕದ ಮೂಲಸತ್ವ ಆಲೌಕಿಕದ ಲೌಕಿಕ ಅವಿರ್ಭಾವದಲ್ಲಿದೆ"[೧]

ಈ ಮಾತುಗಳು ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಂರಚನೆಯನ್ನು ಹೇಳಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ನಾಟಕದ ಪಠ್ಯ ಅಲೌಕಿಕವಾದದ್ದು. ಅದನ್ನು ಅಭಿನಯಿಸುವವರು ಲೌಕಿಕರು. ನಾಟಕದ ಮೊದಲಿನಲ್ಲಿ ನಾಂದಿ ವಾಕ್ಯ ಇದ್ದು ದೇವರನ್ನು ಅವಾಹನಿಸಿದರೆ ನಾಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ದೇವರನ್ನು ವಿಸರ್ಜಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಮಧ್ಯದಲ್ಲಿ, ದೈವದ ಲೀಲೆಯನ್ನು ಹಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹೀಗಿದ್ದಾಗ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಇದು ಸಂಸ್ಕೃತಿಕ ಚೌಕಟನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಂಡೇ ಸಮುದಾಯದ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಕೇಳುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಸಾಗಿ ಬಂದ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿ ತನ್ನೊಳಗೆ ಅನೇಕ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡಿದೆ. ನಾಟಕದ ಸಂರಚನೆಯತ್ತ ನಾವು

ಮುಖ ಮಾಡದೇ ಕೇವಲ ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾ ಹೋದರೆ, ಬಹುಶಃ ಯಾವುದೇ ರಂಗಭೂಮಿಗಿಂತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಜೊತೆಗಿನ ನಿಕಟ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಬಿಟ್ಟರೆ ಬೇರೆಲ್ಲೂ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಇದು ಕೇವಲ ಗೀತೆಗಳ ಮುಖಾಂತರವೇ ನಾಟಕದ ರೂಪವನ್ನು ಪಡೆದಿತ್ತಾದ್ದರಿಂದ ಇಲ್ಲಿ ರಂಗ ನಿರ್ದೇಶನಗಳಿಲ್ಲ. ಸಂಭಾಷಣೆಗಳಿಲ್ಲ. ಕಥೆಯು ಗೀತೆ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಇರುವುದರಿಂದ ಅದರ ಅಭಿನಯ ನಾಟಕವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಕಥೆಯನ್ನು ಬಹಳ ಸರಳವಾಗಿ ಜನರಿಗೆ ಮುಟ್ಟಿಸಲು ನಟರೇ, ಅನೇಕ ಸೂತ್ರಗಳನ್ನು ಹೆಣೆದು, ಈ ಕಥೆಯೊಳಗೆ ಜೋಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕೃಷ್ಣನ ಪಾತ್ರವೂ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬರುವಾಗ ನಾನು ಕೃಷ್ಣ ಬಂದಿದ್ದೀನಿ ನೋಡಿರೋ ಎನ್ನುತ್ತಾ ಆ ಪಾತ್ರ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಪ್ರವೇಶ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಹಾಡೇ ಈ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಜೀವಾಳವಾದ್ದರಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ದೀರ್ಘ ಕಥಾನಕವನ್ನು ಭಾವಗಳನ್ನು ಹಾಡಿನಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿ ಕೊಡುವ ವಾಡಿಕೆ ಇದಕ್ಕಿದೆ. ಅದನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕೂಡ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತಾರೆ. ನಾಟಕವೋ ಸುಗ್ಗಿಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿನ ಆಚರಣೆ. ಅಥವಾ ಇನ್ಯಾವುದೇ ದೇವರ ಆಚರಣೆ. ಆಚರಣೆ ಭಾಗವಾಗಿ ಬಂದಂಥ ಈ ನಾಟಕಕ್ಕೆ ದೈವದ ಕಥೆಯೇ ಜೀವಾಳ. ಈ ನಾಟಕವನ್ನು ಪ್ರತೀ ವರ್ಷವೂ ಆಡುತ್ತಾರೆ. ಆಯಾ ಸಮುದಾಯದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೂ ಇದೇ ಆಟವನ್ನು ತನ್ನ ಜೀವಿತದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಬಾರಿ ನೋಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಲು ತಮ್ಮ ಭಕ್ತಿಯನ್ನು ದೇವರಲ್ಲಿ ದೃಢಪಡಿಸಲು ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಜೀವನಕ್ಕಾಗಿ ದೇವರಲ್ಲಿ ಆಶೀರ್ವಾದವನ್ನು ಬೇಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ ಈ ನಾಟಕ. ಹಾಗೆಂದ ಮಾತ್ರಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೇವಲ ನಮ್ರತೆಯಿಂದ ಭಕ್ತಿಯಿಂದ ಕೂತು ಕೊಟ್ಟಿದ್ದನ್ನೆಲ್ಲಾ ನೋಡುವವನಲ್ಲ. ಇವನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯೇ ನಾಟಕ ರಂಗನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ಮುಖ್ಯವಾದ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ರಂಗದಿಂದ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡೇ ನಾಟಕದೊಳಗೆ ಇಳಿದಿರುತ್ತಾನೆ. ರಂಗದೊಂದಿಗೆ ಮಾತ್ರವಷ್ಟೇ ಅಂತರವಲ್ಲ. ರಂಗದ ಮೇಲಿನ ನಟರೊಂದಿಗೆಯೂ ಒಂದು ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಇವನಿಗೆ ತಾದ್ಯಾತ್ಮತೆಯೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅತಿಯಾದ ತನ್ಮಯತೆಯಿಂದ ರಸಭಂಗ ಉಂಟು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಇವರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಇರುತ್ತದೆ ಯೆಂದರೆ ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ಪಾತ್ರವು ರಾಕ್ಷಸನಾಗಿದ್ದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮಧ್ಯದಿಂದ ಅಂದರೆ ರಂಗದ ಹೊರಗಿನಿಂದಲೇ ಪ್ರವೇಶ ಪಡೆಯುತ್ತವೆ. ಪ್ರವೇಶ ಪಡೆಯುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮಧ್ಯೆ ಹಾಯುವಾಗ

ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಪೂಜೆ ಮಾಡಿ ರಂಗದ ವರೆಗೂ ಬಿಟ್ಟುಕೊಡುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ರಂಗವೇರುವುದಿಲ್ಲ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಪಾತ್ರಗಳು ಇವರ ಮಧ್ಯದಲ್ಲೇ ಬಂದು ಕೂರುತ್ತವೆ! ಅಗಲೂ ಕೂಡ ಇವರು ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನಾಗಿ ಪರಿಭಾವಿಸದೇ ಪಾತ್ರದಂದೇ ಪರಿಭಾವಿಸಿ ತಕ್ಕ ಮರ್ಯಾದೆ ತೋರುತ್ತಾರೆ.

ಈ ಅಂತರ ಮತ್ತು ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯೇ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯನ್ನು ಬಹಳ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪ್ರಕಾರವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿದೆ. ಒಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ಮಯನಾಗುತ್ತಾನೆ ಅಂದರೆ ಆತ ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಇನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ತನ್ಮಯನಾಗುತ್ತಾನೆ ಅಂದರೆ ಹೋಗಿ ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗೆ ರಂಗವನ್ನೇರಿ ಸಂವಾದ ನಡೆಸಬೇಕು. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಹಾಗಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ತನ್ನ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಗೊತ್ತಿದೆ. ಅಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವುದು ದೈವ ಲೀಲೆ ಅಂತಾನೂ ತಿಳಿದಿದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಬಹಳ ಭಾವುಕತೆಯಿಂದ ತನ್ಮಯನಾಗಿ ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಅಷ್ಟೇ ತನ್ಮಯನಾಗಿ ಒಂದು ಅಂತರವನ್ನು ರಂಗದ ಜೊತೆಗೆ ಮತ್ತು ನಟರ ಜೊತೆಗೆ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಕಥೆಯೊಳಗೆ ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಇಳಿದರೂ ಕೂಡ ಅಲ್ಲೇ ಒಂದು ಅಂತರವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಕಾರಣ ತಾನು ಕೇವಲ ಮನುಷ್ಯ. ಆಸ್ವಾಧಿಸುತ್ತಿರುವುದು ದೈವ ತಿಳಿದ ಕಥೆ. ಈ ಅಂತರ ಮತ್ತು ತನ್ಮಯತೆ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಜೀವಾಳ. ಜನಪದದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಟ್ಟಾರೆ ಪ್ರಕಾರವು ಆರಾಧನೆಯಲ್ಲಿ ಉಗಮವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದು ದೃಢಪಟ್ಟ ಸಂಗತಿ. ಕಾರಣ ಯಾವುದೇ ಆರಾಧನೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡಾಗ ಆರಾಧನೆಯ ಮೊದಲು ದೇವರ ಆವಾಹನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ನಂತರ ಪೂಜೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಆನಂತರ ದೈವದ ವಿಸರ್ಜನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಜನಪದ ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಕೂಡ ದೈವದ ಆವಾಹನೆ ಮತ್ತು ದೈವದ ವಿಸರ್ಜನೆ ಆಗುವ ನಡುವಿನ ಕ್ರಿಯೆಯೆ ಆಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಬಯಲಾಟದಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಮೊದಲು ನಾಂದಿಪದ ಇದ್ದರೆ ತದನಂತರ ಆಟವಾಗುತ್ತದೆ. ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಮಂಗಳವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಇವೆರಡರ ಮಧ್ಯೆ ನಡೆಯುವ ಕ್ರಿಯೆಯೆ ನಾಟಕ. ಇಲ್ಲೂ ಕೂಡ ದೈವದ ಅನುಕರಣೆಯನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ದಾಸರ ಆಟದಲ್ಲಂತೂ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ನಿಂತುಕೊಂಡ ಪಾತ್ರಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಬೆನ್ನು ಮಾಡಿ ದೇವರನ್ನು ಆವಾಹಿಸುತ್ತದೆ. ದೈವ ಆವಾಹನೆ ಆನಂತರ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಕಡೆ ಮುಖ ಮಾಡಿ ಆಟ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕೂಡ ಈ ಆವಾಹನೆಯ ಭಾಗವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪಠ್ಯವು ಗೀತಾ ರೂಪಕವಾಗಿದ್ದು ನಟರು ಅದನ್ನು ನಾಟಕ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ರೂಪದ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳಾಗಲಿ, ರಂಗ ನಿರ್ದೇಶನ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರೇ ಸ್ವತಃ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡು ಆಟವನ್ನು, ಆಟದ

ಅರ್ಥವನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಇವರು ಆಟ ಆಡುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳಾಗಲಿ, ಹಾಡಿನಲ್ಲಾಗಲಿ, ಕಥೆಯ ಓಘದಲ್ಲಾಗಲಿ, ಭಿನ್ನ ಬಾರದಂತೆ ನಿಗಾವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಗೀತ ರೂಪದಲ್ಲಿರುವ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ನಟರೇ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಕಟ್ಟುತ್ತಾರೆ ಅಂದರೆ, ಪ್ರದರ್ಶನಕ್ಕಿಂತ ಮುಂಚೆಯೇ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಬರೆದು, ಅಥವಾ ಉರುಹೊಡೆದು ಅಲ್ಲಿ ಬಂದು ಅವರು ಪ್ರದರ್ಶನ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರದರ್ಶನ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಂತೆಯೇ ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಸೃಷ್ಟಿಯ ಕ್ರಿಯೆಯೂ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿನ ನಟರಿಗೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಕಥೆಯ ಸ್ಥೂಲ ಅರ್ಥವು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರುವುದರಿಂದ ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಸೃಷ್ಟಿ ಅವರಿಗೆ ಕಷ್ಟವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇವರೆಲ್ಲರೂ ಮೌಖಿಕ ಪರಂಪರೆಯಿಂದಲೇ ಬಂದವರಾದ್ದರಿಂದ ಕಥೆಯನ್ನು ತಲೆಮಾರುಗಳಿಂದ ಕೇಳಿದವರು–ತಿಳಿದವರು ಹಾಗಾಗಿ ಉಪಕಥೆಗಳನ್ನು ಹಾಗೂ ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಷ್ಟು ರಸವನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಕಥೆಯನ್ನು ತಮ್ಮಲ್ಲಿ ಹುಡಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಅದನ್ನು ಸಂಭಾಷಣೆಗೆ ಇಳಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗೆ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಟನೆಯ ಜೊತೆಗೆ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಇಂಬುಕೊಡುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಒಟ್ಟಾರೆ ಪಠ್ಯದ ಮೇಲೆ ಹಿಡಿತ ಸಾಧಿಸಿರುವಂಥ ಸೂತ್ರಧಾರ ರಂಗದ ಮೇಲಿರುತ್ತಾನೆ. ಈತನೇ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಅವರು ಆಡುವ ಮಾತುಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಹೇಳಿ ಕೇಳಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಮೇಲೆಯೇ ಆತ ನಿಂತಿರುವುದರಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಹೆಚ್ಚು ಗಾಢವಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ನಟರ ಮಾತು ಹೆಚ್ಚಾಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಅದನ್ನು ಸೂತ್ರಧಾರ ಹಿಡಿಯುತ್ತಾನೆ. ನಟರಿಗೆ ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಸೃಷ್ಟಿಯ ಅಧಿಕಾರ ಇದೆ ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಅವರು ಏನೇನೋ ಮಾತನಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಏನೂ ಬೇಕಾದರೂ ಮಾತನಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ, ಕತೆಗೆ ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಮಾತುಗಳು ಅವರ ಬಾಯಿಂದ ಹೊರಡುತ್ತವೆ. ಅವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಅಪ್ಯಾಯಮಾನವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ತನ್ಮಯ ಆಗುವುದಕ್ಕೂ ಸಾಧ್ಯ. ಅಂತರವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೂ ಸಾಧ್ಯ.

ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥವನ್ನು ತಮ್ಮ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳ ಮೂಲಕ ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಅನುಭವಕ್ಕೆ ಬಂದ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಿಕೊಂಡು ಒಟ್ಟಾರೆ ಓಗವನ್ನು ಹದಗೆಡದಂತೆ ಮುಂದುವರೆಸುವುದರಿಂದ ಜನಪದ ನಾಟಕದ ಪ್ರಾತಧಾರಿಗಳಿಗೆ ಅರ್ಥಧಾರಿಗಳೆಂದೂ ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಭಾಗವತ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ಆಡಿ ಬಿಟ್ಟನೆಂದರೆ ಸನ್ನಿವೇಶದ ಜೊತೆಗೆ ಸಂಭಾಷನೆಯನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವುದು ಈ ಅರ್ಥದಾರಿಗಳೇ. ಪಾತ್ರಧಾರಿಗಳೇನಾದರೂ ಅರ್ಥ ಕೊಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ತನ್ಮಯತೆಗೆ ಮಾರು ಹೋಗಿ ಮೈ ಮರೆತರೆ ಭಾಗವತ ಮಧ್ಯೆ

ಪ್ರವೇಶಿಸಿ ಕಥೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರೆಸುತ್ತಾನೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಆಟ ಸೃಷ್ಟಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅಪೂರ್ವವಾದ ಘಟನೆ. ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಯಾರೂ ಓದುಬಲ್ಲವರಲ್ಲ. ಕೇವಲ ಮೌಖಿಕವಾಗಿ ಬಂದ ಕಥಾನಕಗಳನ್ನು ಅದೂ ಕಾವ್ಯ ರೂಪದಲ್ಲಿನ ಕಥಾನಕಗಳನ್ನು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಮೂಲಕ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ ಇಲ್ಲಿನ ನಟರು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಾದರೋ ಅವರಷ್ಟೇ ಹೆಚ್ಚು ಕುಶಲಿಗಳು. ರಂಗದ ಮೇಲಿನ ಕಥಾನಕವನ್ನು ಪುನಃಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಆ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಇವರ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಹೊಸ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಒಟ್ಟಾರೆ ಕಾವ್ಯರೂಪದಲ್ಲಿದ್ದ ಈ ಪ್ರಯೋಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿಯೂ, ನಟರಲ್ಲಿಯೂ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ 'ಕುರಿತೋದದೆಯಂ ಕಾವ್ಯಪ್ರಯೋಗ ಪರಿಣಿತ ಮತಿಗಳ್' ಎನ್ನುವ ಕವಿಯವಾಣಿ ಅಕ್ಷರಶಃ ನಿಜವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು, ನಟರು ಮತ್ತು ಆ ಸಂದರ್ಭವು ಒಟ್ಟಾರೆ ನಾಟಕದ ಸೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ತನ್ಮಯತೆಯು ಸಾಧ್ಯವಾದಾಗ ಅಂತರ ಎಷ್ಟು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ತಕ್ಕಷ್ಟು ಉದಾಹರಣೆಗಳಿವೆ. ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಷ್ಟು ರಸಿಕರು ಬಹುಶಃ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲೂ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ. ಓದಿದವರಾದ ನಮಗೆ ರಂಗಕ್ಕೆ ಹೋಗುವ ಮೊದಲೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಕೊಡುವ ಭಾವವನ್ನು ಮನದಟ್ಟು ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತೇವೆ. ಅಥವಾ ಒಂದು ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಅದು ನಮ್ಮ ಓದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ, ನಮ್ಮ ಶಿಷ್ಟಾಚಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧ ಪಟ್ಟ ತಯಾರಿ. ಆದರೆ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಈ ಯಾವ ನಿಯಮಗಳಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರಿಗೆ ತಿಳಿದಿರುವುದೊಂದೆ ನಂಬಿಕೆ–ಅದು ಆಚರಣೆಯಲ್ಲಿ. ಭಕ್ತಿ–ಅದು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಬರುವಂತಹ ಕಥಾನಕಕ್ಕೆ. ಇವೆರಡೂ ಸೇರಿಕೊಂಡು ಆಟವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಆಟಕ್ಕೆ ತನ್ಮಯರಾಗುತ್ತಾ ನಂಬಿಕೆಗೆ ತಮ್ಮನ್ನೇ ಒಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ, ಆ ಸಂದರ್ಭದ ಅಂತರವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ನಾಟಕವನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪಾತ್ರಗಳಿಗೆ ವೇಷಭೂಷಣಗಳಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಥವಾ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ತತ್ಸಂಬಂಧಿ ರಂಗಸಂಜಿಕೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಮೇಕಪ್ ಅಂತೂ ಇರುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಹೀಗಿರುವಲ್ಲಿ ನಾಟಕದ ಪ್ರದರ್ಶನದ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಊಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.ಇದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ನಾಟಕದೊಂದಿಗೆ ಸಾಧಿಸಿರುತ್ತಿರುವ ತನ್ಮಯತೆಯ ಲಕ್ಷಣವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದಿಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬಂದಿರುವುದು ತನ್ನ ಪಕ್ಕದ ಮನೆಯವನೋ ಇಲ್ಲಾ ಊರಿನ ದನ ಕಾಯುವವನೋ ಎಂಬುದು ಗೊತ್ತಿದೆ. ಆತ ತನ್ನ ಉಟ್ಟ ಬಟ್ಟೆಯಲ್ಲೇ ಬಂದಿರುತ್ತಾನೆ. ಪಾತ್ರ

ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಕೃಷ್ಣನ ಪಾತ್ರವೋ, ಅರ್ಜುನನ ಪಾತ್ರವೋ... ಆದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನಟನ ವೇಷಭೂಷಣಕ್ಕಾಗಲಿ, ಅವನ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅನನ್ಯತೆಗಾಗಲೀ ಬೆಲೆ ಕೊಡುವುದಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ ಆತ ರಂಗದ ಮೇಲಿದ್ದಾನೆ. ಮತ್ತು ಈ ದಿನ ಆತ ಬಂದಿರುವುದು ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡಲಿಕ್ಕೆ, ಈಗಿನ ನಮ್ಮಗೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ರಸಸ್ವಾದನೆಯ ಭಂಗಗಳು ಎಂದೆನ್ನಿಸಬಹುದು. ಆದರೆ ನಿಜವಾದ ರಸಸ್ವಾದನೆ ಇರುವುದು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಆನಂದಿಸುವಲ್ಲಿ ಎಂಬುದು ಜನಪದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಿಲುವು. ಅದು ನಿಜವೂ ಕೂಡ. ಕಾರಣ ಬಟ್ಟೆ ಬರೆ, ಮೇಕಪ್ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಬಾಹ್ಯಾಲಂಕಾರಗಳು. ಇವೆಲ್ಲರವೂ ಕೂಡ ನೋಟಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾದವು. ನೋಟದಿಂದಲೇ ಒಂದು ಪಾತ್ರದೊಳಗೆ ಹೊಕ್ಕು ಅದನ್ನು ನಾವು ಆಸ್ವಾಧಿಸುವುವಂತಾದರೆ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿನ ಭಾಷೆಯ ಸೊಗಡು/ಹಿಡಿತ ಕಥೆಯ ಓಘ ವಿಸ್ತಾರ ಮತ್ತು ಆಳ ಇವು ಯಾವುವು ಮನಸ್ಸು ಹಾಗೂ ನಮ್ಮ ಕಣ್ಣಿಗೆ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಕೇವಲ ಅಂದವನ್ನೇ ಗ್ರಾಹ್ಯದ ಕೇಂದ್ರವನ್ನಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಾಗ ಕಿವಿಯೂ ಉತ್ತಮವಾದಂತಹ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಸ್ವಲ್ಪವಾದರು ಗೌಣಮಾಡಿಸಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಜನಪದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಇವೆಲ್ಲದರಿಂದಲೂ ಹೊರತಾದ ಒಬ್ಬ ಸೃಜನಶೀಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಜನಪದ ನಾಟಕದ ನಟರು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಬೀಡಿ ಸೇದುತ್ತಾ, ನಮ್ಮ ಜೊತೆ ಬಂದು ಕುಳಿತರೂ ಜನರು ಅವನನ್ನು ಕೃಷ್ಣನೆಂದೇ ಪರಿಭಾವಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ಹೊರತು ತಮ್ಮಂಥ ಒಬ್ಬ ಮನುಷ್ಯನೆಂದು ಅಂದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಬಂದ ಕೃಷ್ಣನಿಗೆ ನಮಸ್ಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ತಮ್ಮ ಸ್ನೇಹಿತನೆಂದು ತಿಳಿದು ಅವನ ಹೆಗಲ ಮೇಲೆ ಕೈ ಹಾಕುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ತಿಳಿದಿದ್ದ ಸತ್ಯ ಇದೊಂದೆ. ತಾವು ಬಂದಿರುವುದು ದೈವಿಕದ ಲೀಲೆಯನ್ನು ನೋಡುವುದಕ್ಕೆ, ತಮ್ಮ ಭಕ್ತಿಯನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೆ ಮುಂದಿನ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಅನೇಕ ಅಂಶಗಳನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೆ ಎಂದು. ಜೊತೆಗೆ ರಂಗದ ಮೇಲಿರುವವರು ದೈವದವರೇ ಅರ್ಥದಾರಿಗಳೇ ಎಂಬ ಸ್ಪಷ್ಟನೆ ಅವರಲ್ಲಿತು.

ಬಹುಶಃ ಇಡೀ ಪ್ರಪಂಚದ ರಂಗ ಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಇಷ್ಟು ಪ್ರಭುದ್ಧವಾದಂತಂಥ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ನಮಗೆಲ್ಲೂ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಗ್ರೀಕ್‌ನ ನಾಟಕಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಈ ಕಲ್ಪನೆ ಬಿಟ್ಟರೆ, ನಾವು ನೋಡುವುದು ನಮ್ಮ ಭಾರತದ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿಯೇ. ಗ್ರೀಕ್‌ರಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಹೀಗೇ ಇರಬೇಕು. ಕಾರಣ ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ತನ್ನ ಪೊಯಿಟಿಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ರಚನೆಯ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾ ಭಾಷೆಯ ಸೌಂದರ್ಯ, ಭಾಷೆಯ ಲಯ ಹೇಗಿರಬೇಕು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತಾದ್ಯಾತ್ಮತೆ ಹೊಂದಲು ಎಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗಿನ ಗಂಭೀರತೆ ರಚನೆಯಲ್ಲಿರಬೇಕು ಎಂದು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ನೋಡಿದರೆ ಅಲ್ಲಿಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕೂಡ ಹೆಚ್ಚು ಸೃಜನಶೀಲರು ಅನ್ನಿಸುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ತಾಧ್ಯಾತ್ಮತೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಇಂಬುಕೊಡುವ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಕೊಡುವಂಥ ಪ್ರೇಕ್ಷಕವರ್ಗ ಬಹುಶಃ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿಲ್ಲ.

ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿನ ಅಂತರ ಮತ್ತು ತದ್ಯಾತ್ಮತೆ ಪರಿಪಕ್ವವಾದ್ದು. ಅಂದರೆ ತನ್ಮಯತೆಯ ಬಗೆಗೆ ಒಂದು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ದುಷ್ಟಾಂತಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ. ಶ್ರೀಕೃಷ್ಣ ಪಾರಿಜಾತದಲ್ಲಿನ ಒಂದು ಉದಾಹರಣೆ. ಸತ್ಯಭಾಮೆಯೂ ಶ್ರೀಕೃಷ್ಣನ ಸಾಮಿಪ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಪರಿತಪಿಸುತ್ತಿದ್ದಾಳೆ. ಕೃಷ್ಣ ತನ್ನಲ್ಲಿಗೆ ಬರಬೇಕೆಂಬ ಆಸೆ ಅವಳಿಗೆ. ಕೊನೆಗೆ ದೂತೆ ಇವಳ ಈ ಆಸೆಯ ಒತ್ತಡವನ್ನು ತಡೆಯಲಾರದೆ ಕೊರವಂಜಿಯೊಬ್ಬಳನ್ನು ಕರೆ ತರುತ್ತಾಳೆ. ಈ ಕೊರವಂಜಿ ಯಾರು ಅಂದರೆ, ಕೃಷ್ಣನೇ. ಕೃಷ್ಣನೇ ಕೊರವಂಜಿ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತಾನೆ. ಸತ್ಯಭಾಮೆಯು ಕೊರವಂಜಿಯ ಬಳಿ ಬಂದು ತನ್ನ ಬಳಿ ಕೃಷ್ಣ ಯಾವಾಗ ಬರುವನೆಂದು ಕೇಳಿಕೊಂಡಾಗ ಕೊರವಂಜಿ ರೂಪದಲ್ಲಿರುವ ಕೃಷ್ಣನು ಆಕೆಗೆ ತನ್ನ ಪಾದವನ್ನು ತೊಳೆದಿದ್ದೆ ಆದರೆ ನಾನು ಹೇಳುತ್ತೇನೆ. ಸತ್ಯಭಾಮೆ ಕೃಷ್ಣನ ಬಿಟ್ಟರೆ ಅನ್ಯರ ಪಾದಗಳನ್ನು ಮುಟ್ಟುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ಕೃಷ್ಣನ ಮೇಲಿನ ಆಸೆಗೆ ಕೃಷ್ಣನನ್ನು ನೆನೆಯುತ್ತ ಕೊರವಂಜಿಯ ಪಾದ ತೊಳೆಯಲು ಮುಂದಾದಾಗ ಪಾದದಲ್ಲಿನ ಪದ್ಮ ಕಾಣಿಸುತ್ತದೆ. ಆಗ ಸತ್ಯಭಾಮೆಯ ಚಿತ್ತ ಚಂಚಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೃಷ್ಣನ ಮೇಲಿನ ಕಾಮನೆಗಳು ದಿಗ್ಗನೇ ಮೂಡುತ್ತವೆ. ಒಂದು ಕ್ಷಣ ಅವಕ್ಕಾಗಿ 'ಕೃಷ್ಣ ತನ್ನನ್ನು ಕಾಮನಿಗೆ ಒಪ್ಪಿಸಿಬಿಟ್ಟೆಯಲ್ಲೋ' ಎಂದು ಅಳುತ್ತಾ ಕೋಣೆಗೆ ಹೋಗಿ ದುಃಖಿಸುತ್ತಾಳೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಅವಳ ದುಃಖದಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಈ ನಡುವೆ ಕೊರವಂಜಿ ಮಾರನೆಯ ದಿನ ರಾತ್ರಿ ಕೃಷ್ಣ ನಿನ್ನಲ್ಲಿಗೆ ಬರುತ್ತಾನೆ ಎಂದು ಹೇಳಿರುತ್ತಾಳೆ. ಮಾರನೆಯ ದಿನ ಸತ್ಯಭಾಮೆ ಮಲಗಿರುತ್ತಾಳೆ. ಮಧ್ಯರಾತ್ರಿ ಬಂದು ಬಾಗಿಲು ಬಡಿಯುತ್ತಾನೆ. ಮಧ್ಯರಾತ್ರಿ ಇವಳು ನಿದ್ದೆಯ ಮಂಪರಿನಲ್ಲೇ ಇರುತ್ತಾಳೆ. ಬಂದವರು ಯಾರೆಂದು ಕೇಳುತ್ತಾಳೆ. ಆಗ ನಾನು ಕೃಷ್ಣ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಈಕೆ ನಿದ್ದೆಯ ಮಂಪರಿನಲ್ಲಿ ಅಂಥವರು ಯಾರೂ ನನಗೆ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲ. ಹೋಗೋ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾಳೆ. ಕೃಷ್ಣ ಅವನ ಅಷ್ಟೂ ಅವತಾರಗಳನ್ನು ಹಾಡುತ್ತಾ ತಾನು ಬಂದಿರುವವನು, ಇವನು...ಇಂಥವನು ಎಂದು ದಶಾವತ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ಆದರೂ ಕೂಡ ಮಾಯೆಯಲ್ಲಿದ್ದ ಸತ್ಯಭಾಮೆಗೆ ಕೃಷ್ಣನ ಧ್ವನಿಯ ಪರಿಚಯವಾಗಲೀ, ಅವನ ಆಗಮನದ ಸೂಚನೆಯಾಗಲೀ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕೃಷ್ಣ ಹೊರಡುತ್ತಾನೆ. ಮಾರನೆಯ ದಿನ ಬೆಳಕಾಗಿದೆ–ವಾಸ್ತವದಲ್ಲೂ ಬೆಳಕಾಗಿದೆ. ಆಕೆ ಹೊರ ಬಂದು ನೋಡಿದಾಗ ಮನವರಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ–ಕೃಷ್ಣ ಬಂದಿದ್ದನೆಂದು ಮತ್ತು ತಾನು ಆತನನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾರದೇ ಹೋದೆನೆಂದು! ಕೃಷ್ಣನನ್ನು ತೋರಿಸಲು ದೂತೆಯ ಬಳಿ ಹೋಗಿ

ಗೋಗೆರೆಯುತ್ತಾಳೆ. ಆಗ ದೊತೆ ತನ್ನ ಸಂಸಾರದೊಂದಿಗೆ ಕೂತಿರುವ ಇನ್ನ್ಯಾರನ್ನೋ..ಹುರಿ ಮೀಸೆಯಿರುವ ಮತ್ತಿನ್ನ್ಯಾರನ್ನೋ..ಮರದ ಮೇಲೆ ಕುಳಿತಿರುವ ಇನ್ನ್ಯಾರನ್ನೋ ತೋರಿಸುತಾಳೆ. ಆಕೆ ಒಪ್ಪುವುದಿಲ್ಲ. ಕೊನೆಗೆ ಮೂಲೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಡುವೆ ಕೃಷ್ಣ ಪಾತ್ರಧಾರಿ ಕುಳಿತಿರುತ್ತಾನೆ.. ಸತ್ಯಭಾಮೆ ಅವನನ್ನು ಗುರುತು ಹಿಡಿದು ಅವನಲ್ಲಿ ಹೋಗುತ್ತಾಳೆ. ಎಲ್ಲರೂ ಅಲ್ಲಿಗೆ ಹೋಗಿ ಕೃಷ್ಣನನ್ನು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಕರೆತರುತ್ತಾರೆ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ನಾಟಕದ ಅರ್ಥ. ಕೃಷ್ಣ ಎಲ್ಲೂ ಇಲ್ಲ. ಜನರ ಮಧ್ಯೆದಲ್ಲೇ ಇರುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದು. ನಾಟಕದ ದೃಶ್ಯ. ಈ ದೃಷ್ಟಾಂತಗಳನ್ನು ಕೊಡುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ. ಅಂತರ ಮತ್ತು ತನ್ಮಯತೆಯ ಮತ್ತೊಂದು ಮಜಲಿನ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ. ಉತ್ತರ ಕರ್ನಾಟಕದ ಶ್ರೀ ಕೃಷ್ಣ ಪಾರಿಜಾತದ ಬಹುತೇಕ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಸತ್ಯಭಾಮೆಯ ಪಾತ್ರ ಮಾಡಿದವರು ಕೌಜಲಿಗೆ ಲಿಂಗವ್ವ. ಆಕೆಯೋ ತೀರ ಬಡವಿ. ಅಂಥ ಸುಂದರಿಯೂ ಅಲ್ಲ. ಕೃಷ್ಣವರ್ಣೆ. ಆದರೆ ಆಕೆ ಹಾಡಲು ಬಾಯಿ ತೆರೆದಳೆಂದರೆ ಎಲ್ಲರ ಎದೆ ಝಲ್ ಎನ್ನಬೇಕು! ಮಾತುಗಳು ಕೂಡ ಅಷ್ಟೇ ಸಂಗೀತಮಯ. ಮತ್ತು ಆಕೆಯು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬಂದು ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದುದು ವೇಷಭೂಷಣಗಳು ಅಲಂಕರಿಸಿ ಅಲ್ಲ. ಉಟ್ಟ ತನ್ನ ಹರಕು ಸೀರೆಯಲ್ಲೇ ಬಂದು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಸತ್ಯಭಾಮೆಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಮಾಡಿದಾಗ ಜನ ತಮ್ಮ ಎದೆಯ ಮೇಲೆ ಕೈ ಇಟ್ಟು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಬಿಟ್ಟ ಬಾಯಿ ಬಿಟ್ಟ ಹಾಗೆ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುತ್ತಿದ್ದರು. ಅಂದರೆ ವಾಸ್ತವತೆ ಯನ್ನು ದೂರವಿಟ್ಟು ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗೆ ತನ್ಮಯತೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯ ಈ ಲಕ್ಷಣ ನಿಜಕ್ಕೂ ಅದ್ಭುತ. ಈ ಅಸಾಧಾರಣ ಸಾಧ್ಯತೆ ನಮ್ಮ ಜನಪದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯವಿತ್ತು ಎಂಬುದು ವಿಶೇಷ.

ಈ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಅಂಶವನ್ನು ಬ್ರೇಕ್ ತಂದ ಎಪಿಕ್ ಥಿಯೇಟರ್‌ಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಜರ್ಮನಿಯ ಬರ್ಟೋಲ್ಟ್ ಬ್ರೆಟ್ ತನ್ನ ಎಪಿಕ್ ಥಿಯೇಟರ್‌ನಲ್ಲಿ ತನ್ಮಯತೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ದೂರ ತಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಕಾರಣ ರಂಗಭೂಮಿ ಒಂದು ವೇದಿಕೆ ಇದ್ದ ಹಾಗೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತಿತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು ಅದು ಒಂದು ವೇದಿಕೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಿದ್ದಾಗ ಒಂದು ಕಥೆಯ ಮೂಲಕವೇ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಚರ್ಚಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗೆ ತನ್ಮಯವಾದರೆ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ ಹೊರಬರುವ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಗಮನ ಕೊಡುವುದಿಲ್ಲ. ಆಗ ಚರ್ಚೆ ಅಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ರಂಗಭೂಮಿಯನ್ನು ಒಂದು ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ

ಉಪಯೋಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಆತ ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುತ್ತಾನೆ. ಅವನಿಗೆ ತನ್ನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ನಂಬಿಕೆ ಇರಲಿಲ್ಲವೇನೋ. ಎಲ್ಲಿ ತನ್ಮಯರಾಗಿ ಕಥೆಯೊಳಗೆ ಹುದುಗಿಬಿಡುತ್ತಾರೆಂಬ ಅನುಮಾನ ಆತನಿಗಿದ್ದಿರಬಹುದು(!) ಅದಕ್ಕೆಂದೇ, ಇದ್ದಕ್ಕಿದ್ದ ಹಾಗೆ ನಾಟಕದ ಮಧ್ಯೆ ಬಿಲ್ ಬೋರ್ಡ್‌ನ್ನು ತಂದು 'ಈಗ ಇವರು ಬರುತ್ತಾರೆ','ಇಂಥ ಪಾತ್ರ ಎಂಟ್ರಿ ಆಗುತ್ತೆ','ಈ ಪಾತ್ರದ ಹೆಸರು ಇದು', 'ಈಗ ಸ್ವಲ್ಪ ವಿರಾಮ'ಎಂಬಿತ್ಯಾದಿಯಾಗಿ ಬೋರ್ಡು ಬರೆದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮುಂದೆ ಇಡುತ್ತಿದ್ದ. ಅದನ್ನು ಪ್ಲಕಾರ್ಡ್ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಅಥವಾ ನಟಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಪಾತ್ರವು ಥಟ್ಟನೇ ತನ್ನ ಪಾತ್ರದಿಂದ ಹೊರಬಂದು ಸಮಕಾಲೀನ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಶುರು ಮಾಡಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ತನ್ಮಯತೆಯಿಂದ ಹೊರಬಂದು ನಾಟಕ ಚರ್ಚಿಸುವ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಮುಖಾಮುಖಿಯಾಗುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅವನ ಭಾವನೆ. ರಸಭಂಗವಾದ ತಕ್ಷಣ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ರಂಗದ ಮುಂದಿದ್ದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾವ ರೀತಿಯ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲರು ಎನ್ನುವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆ. ಬಹಳ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ನಡೆದ ಎಪಿಕ್ ರಂಗಭೂಮಿ ಭಾರತದ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಯಶಸ್ವಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಆಗಲಿಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಇದ್ದಕ್ಕಿದ್ದ ಹಾಗೆ ಒಂದು ಬೋರ್ಡ್‌ನ್ನು ಮಧ್ಯೆದಲ್ಲಿ ಇಡುವುದು ನಾಟಕದ ಓಘವನ್ನು ಕತ್ತರಿಸುವುದು ರಸಾನುಭವಕ್ಕೆ ಭಂಗ ಬರುವ ಹಾಗೆ ಮತ್ತಿನ್ನೇನನ್ನೋ ಮಾಡುವುದಾದರೆ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ನಾಟಕದ ಪಠ್ಯವಾಗಿ ಕಥೆಯೇ ಯಾಕೆ ಬೇಕು? ಚರ್ಚಾಕೂಟವನ್ನೇ ಏರ್ಪಡಿಸಬಹುದಲ್ಲಾ?

ಇರಲಿ, ಅಲ್ಲಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಇದೊಂದು ಹೊಸ ಅನುಭವವೇ. ಆದರೆ ನಮ್ಮ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ತನ್ಮಯನಾಗಿದ್ದುಕೊಂಡೇ ತನ್ನ ಸುತ್ತಿನ ಅರಿವನ್ನು ಜಾಗೃತಗೊಳಿಸಿಕೊಂಡು ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿನ ವಿಷಯವನ್ನು ತನ್ನ ಮನಸ್ಸಿನೊಳಗೆ ಬರಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ತನ್ನ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಸ್ಪರರೊಂದಿಗೆ ಅದನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟಿಗೆ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ. ಇದೊಂದು ಅಖಂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಹೌದಲ್ಲವೇ? ಇದೇ ರೀತಿಯಾಗಿ ಅಮೇರಿಕದ ಲಿವಿಂಗ್ ಥಿಯೇಟರ್ ಕೂಡ. ಲಿವಿಂಗ್ ಥಿಯೇಟರ್ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮಧ್ಯೆದಲ್ಲಿ ಆಟ ಆಡಬೇಕು. ಹಾಗೇ ಆಟ ಆಡುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತಮ್ಮ ನಾಟಕದೊಳಗೆ ಒಂದಾಗುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಹಾಗೇ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದರೆ ನಾಟಕದ ಪಠ್ಯವು ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಚರ್ಚೆ ಮಾಡುವಂತಿರಬೇಕು ಇಲ್ಲವೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ತಿಳಿದಂಥ ವಿಷಯಗಳನ್ನೇ ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತಾಪಿಸಬೇಕು ಎನ್ನುವುದೇ ಲಿವಿಂಗ್ ಥಿಯೇಟರ್‌ನ ಉದ್ದೇಶ. ಪಾಶ್ವಾತ್ಯದಲ್ಲಿ ಇದು ಹೊಸ ಪ್ರಯೋಗವಾದ್ದರಿಂದ ಲಿವಿಂಗ್ ಥಿಯೇಟರ್ ಕೊಂಚ

ಮಟ್ಟಿಗೆ ಯಶಸ್ಸು ಕಂಡಿತು.

ಅದಕ್ಕೇ ಹೇಳಿದು ನಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಇನ್ನೆಲ್ಲೂ ಸಿಗಲಾರದು ಎಂದು ಈ ಎಲ್ಲಾ ಉದಾಹರಣೆಗಳ ಮೂಲಕ ಪುಷ್ಠೀಕರಿಸಿದಂತಾಯ್ತು. ಮೇಲಾಗಿ ನಮ್ಮ ರಂಗಭೂಮಿಯು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಅಖಂಡತೆಯ ಅನುಭವವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿತ್ತು. ರಂಗಭೂಮಿಯ ನಾಟಕವುಒಂದು ಪಠ್ಯವಾದರೇ ಅದರಲ್ಲಿ ಬರುವ ಹಾಡು ಇಲ್ಲವೇ ನೃತ್ಯ ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಹರಿವು ಇತ್ಯಾದಿ...ಇತ್ಯಾದಿಗಳೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಮತ್ತೊಂದು...ಮಗದೊಂದು ಪಠ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ನಾಟಕದ ಒಟ್ಟಾರೆ ಬಂಧದಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿದ್ದ ಅಷ್ಟೂ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಏಕಕಾಲಿಕವಾಗಿಸಿ ಅಖಂಡ ಅನುಭವವನ್ನು ಕೊಡುವ ರೀತಿಯೇ ಅದ್ಭುತ. ಇದನ್ನು 'ಇಂಟರ್ ಟೆಕ್ಷುವಲ್ ಎಕ್ಸ್‌ಪಿರಿಯನ್ಸಸ್' ಅಂತಾರೆ. ಅಂದರೆ ಅಂತರ್ ಪಠ್ಯ ಅನುಭವಗಳು. ಒಟ್ಟಾರೆ ಅಷ್ಟು ಪಠ್ಯಗಳ ಏಕಕಾಲಿಕವಾಗಿಸುವಿಕೆಯಿಂದ ಹೊಮ್ಮುವಂಥ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಕೊಟ್ಟದ್ದು ನಮ್ಮ ರಂಗಭೂಮಿ.

೪.೨. ಅಭಿಜಾತ ರಂಗಭೂಮಿ

ಈ ವರೆಗೂ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಸಂರಚನೆಯ ವ್ಯಾಕರಣಕ್ಕೂ ಹೋಗದೇ ಕೇವಲ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನಷ್ಟೇ ನಾವಿಲ್ಲಿ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೀವಿ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಮತ್ತೊಂದು ಅದ್ಭುತ ಆಯಾಮ ದೊರಕುವುದು ನಮ್ಮ ಅಭಿಜಾತ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ. ಅಂದರೆ ಸಂಸ್ಕೃತ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ. ನಾಟಕಗಳ ರಂಗ ಆಯಾಮವನ್ನು ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟವರು ಭರತಮುನಿ. ಭರತಮುನಿ ರಚಿಸಿದ ನಾಟ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ನಾಟಕವನ್ನು ದೃಶ್ಯಕಾವ್ಯ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ದೃಶ್ಯವು ಬೇರೆ ಅಲ್ಲ. ಕಾವ್ಯವೂ ಬೇರೆ ಅಲ್ಲ. ಒಂದರೊಂದಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿ, ತೋರುವಂಥ ಚಿತ್ರವೇ ದೃಶ್ಯ ಕಾವ್ಯ. ಅನುಭವವೂ ಕೂಡ ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾದುದಲ್ಲ. ಎಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಈ ಒಟ್ಟಂದದಲ್ಲೇ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದ್ದು. ಇದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಅದ್ಭುತವಾದ ಆನಂದ ದೊರಕುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡುವಾಗಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮನಃಶಾಸ್ತ್ರೀಯ ನೆಲೆಯಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಭರತಮುನಿ ತನ್ನ ನಾಟ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತಾನೆ. ನಾಟಕ ನೋಡುವುದು ಬಾಹ್ಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಇಂದ್ರಿಯಗಳ ಮೂಲಕ ನಾಟಕದ ದೃಶ್ಯವನ್ನು ನಾಟಕದ ಸಂಗೀತವನ್ನು ನಾವು ಆಸ್ವಾಧಿಸುತ್ತೇವೆ. ಇಂದ್ರಿಯಗಳು ಕೇವಲ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗುತ್ತವೆ. ಆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಪಠ್ಯ ಮುಟ್ಟಿದಾಗ ಆಗುವಂಥ ಆನಂದ ಅಪರಿಮಿತ. ವರ್ಣಿಸಲು ಅಸಾಧ್ಯ. ಬಾಹ್ಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲಿ ಇವುಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಕ್ಷಣ ಯಾವುದೋ ಒಂದು ದುಃಖದ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ನೋಡಿದಾಕ್ಷಣ ನಮಗೂ

ದುಃಖವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ನೋಡಿದ್ದು ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಮುಟ್ಟಿ ಮನಸ್ಸು ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿ ಇಂದ್ರಿಯಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸಲು ಸಂಕೇತವನ್ನೀಯುತ್ತದೆ. ದುಃಖವನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ ಕಣ್ಣಿನಿಂದ ನೀರು ಬರುವುದು. ಇಲ್ಲವೇ, ಹಾಸ್ಯ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಮುಖ ಅಗಲಿಸಿ ನಗುವುದು ಇತ್ಯಾದಿ. ಮೇಲಾಗಿ ನಟನು ನಾಟಕದ ಸಂರಚನೆಯ ಅನುಭವವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ನಟರ ಈ ಅಭಿನಯವನ್ನು ನೋಡಿ ಆನಂದತುಂದಿಲರಾಗುವರು.

ಇದು ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಭರತ ತನ್ನ ನಾಟ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೇಳಿ ಸಾಗುವಂಥ ಮಾತುಗಳು. ನಾಟಕದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಓಂ ಪ್ರಥಮದಲ್ಲೇ ಭರತಮುನಿ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ತೆರೆದಿಡುತ್ತಾನೆ. ಅವನೇ ಹೇಳುವ ಹಾಗೆ ಲೋಕದ ಅನುಭವವನ್ನು, ಲೋಕದ ರೀತಿ ರಿವಾಜುಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಲೋಕದಲ್ಲಿ ದೊರಕುವಂಥ ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ನಮಗೆ ಒದಗಿಸುವ ಸಾಧನವೇ ನಾಟಕ. ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗಿ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ನಮಗೆ ಒದಗಿಸಬಲ್ಲ ಸಾಧನೆಗಳಿವೆ. ಸಂಗೀತವಿದೆ. ಚಿತ್ರಕಲೆ, ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿ. ಆದರೆ ಈ ಎಲ್ಲವನ್ನು ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಿ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಏಕಾಕಾಲಕ್ಕೆ ನಮಗೆ ನೀಡುವುದು ನಾಟಕ. ಈ ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ನಟನು ಕೇವಲ ತನ್ನ ವಾಕ್ಚಾತುರ್ಯವಲ್ಲದೇ ವಾಕ್ಚಾತುರ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕನಾದ ಹಾವಭಾವಗಳನ್ನು, ದೈಹಿಕ ಚಲನ ವಲನಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾ ನಟನೆಯ ರೂಪವನ್ನು ತನ್ನ ವಾಕ್ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ವಾಕ್ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಹಾವಭಾವ ಇವೆಲ್ಲಾ ಸೇರಿ ದೈಹಿಕ ಚಲನ ವಲನಗಳು ಮಿಳಿತಗೊಂಡು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಅರ್ಥವಾಗುವ ಪಥ್ಯವೊಂದು ಹೊರ ಹೊಮ್ಮುತ್ತದೆ. ಅದೇ ನಾಟಕ. ಇಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ವಾಕ್ಚಾತುರ್ಯ ಹಾವಭಾವಗಳಿಲ್ಲ, ಜೊತೆಗೆ ಕಥೆಯನ್ನು ಇದೆಲ್ಲದರೊಂದಿಗೆ ಅರ್ಥಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವ ಮಾನಸಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೂ ನಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಬಾಹ್ಯದ ಎಲ್ಲಾ ಚಲನ ವಲನಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಶ್ರವ್ಯ ಕಾವ್ಯದ ಜೊತೆಗೆ ಮನಸ್ಸು ಕೂಡ ಕಥಾ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದಾದಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ನಾಟಕದ ಹರಿವು ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ಅವನಿಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾದ ಪರಿಪೂರ್ಣವಾದ ಆನಂದ ಪ್ರಾಪ್ತಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಆನಂದದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನ ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರ 'ರಸ' ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತದೆ.

ಭರತಮುನಿ ಹೇಳುವಂತೆ ನಾಟಕದ ಹುಟ್ಟಿನ ಕಲ್ಪನೆಯೂ ಬಹಳ ಸೊಗಸಾಗಿದೆ. ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ರಂಜನೀಯ ಪ್ರಕಾರವೊಂದನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿದ ರೀತಿಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಸಾಮುದಾಹಿಕ ಪ್ರಕಾರವೊಂದು ದೈವದಿಂದ ಸೃಷ್ಟಿಯಾದುದರ ಅದ್ಭುತ ಉದಾಹರಣೆ ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಒಂದೊಂದು ವೇದವಿತ್ತು. ವೇದ

ಎಲ್ಲವೂ ಸಂಸ್ಕೃತದಲ್ಲಿ ಇದ್ದುದರಿಂದ ಪಾಮರರಿಗೆ ಅದು ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಜ್ಞಾನ, ಮೌಲ್ಯ, ನೈತಿಕತೆ, ರಂಜನೆ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಆಯಾ ವೇದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧ ಪಟ್ಟ ಎಲ್ಲರೂ ದೊರಕಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರಿಂದ ಪಾಮರರಿಗೆ ವೇದದ ಅಗತ್ಯ ಅಥವಾ ವೇದದಂಥ ಪಠ್ಯದ ಅಗತ್ಯ ಬೇಕೆನಿಸಿತು. ಅವರೆಲ್ಲರೂ ಬ್ರಹ್ಮನಲ್ಲಿಗೆ ಹೋದಾಗ ಬ್ರಹ್ಮನು ಭರತ ಮುನಿಯನ್ನು ಕರೆದು ಎಲ್ಲಾ ವೇದಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಪಾಮರರಿಗೆ–ಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುವಂಥ, ರಂಜನೆ ನೀಡುವಂಥ, ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುವಂಥ ವೇದವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ತಾಕೀತು ಮಾಡಿದನು. ಭರತ ಮುನಿಯು ತನ್ನ ನೂರು ಜನ ಮಕ್ಕಳೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿಕೊಂಡು ಆಯಾ ವೇದಗಳಲ್ಲಿದ್ದ ಹತ್ತಾರು ಅಂಶಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ನಾಟಕದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿದನು.

ನಾಟಕದ ಮೊದಲನೆಯ ಪ್ರದರ್ಶನದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ದೇವಾನುದೇವತೆಗಳು, ಸುರಾಧಿಸುರರು, ಭೂಲೋಕ, ನರಕ ಲೋಕ, ಸ್ವರ್ಗಲೋಕ ಮತ್ತಿತ್ತರ ಲೋಕದ ಎಲ್ಲರೂ. ಮೊದಲ ಪ್ರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ದೇವಾನುದೇವತೆಗಳು ರಾಕ್ಷಸರನ್ನು ಸೋಲಿಸಿ ಹಿಮ್ಮೆಟ್ಟಿಸಿದ ಪ್ರಕರಣವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿತು. ನಾಟಕವೇನೋ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಬಂತು. ಆದರೆ ರಾಕ್ಷಸರು ಇದರಿಂದ ಬೇಸರಗೊಂಡು ಬ್ರಹ್ಮನಲ್ಲಿಗೆ ತಗಾದೆಯನ್ನು ತೆಗೆದರು. ನಾಟಕ ಒಂದು ವರ್ಗವನ್ನು ಹೀಯಾಳಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ವರ್ಗವನ್ನು ಎತ್ತಿ ಕಟ್ಟುತ್ತಿದೆ. ಇಷ್ಟಾದರೇ ನಾಟಕ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬ ವ್ಯಾಖ್ಯೆಯನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟರು. ಇದರಿಂದ ಕುಪಿತಗೊಂಡ ಬ್ರಹ್ಮನು ನಾಟಕದ ಮುಂದಿನ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿರಬಹುದೇನೋ, ಹಾಗೇ ಮಾಡುತ್ತಲೇ ಶಿವನಲ್ಲಿಗೆ ಭರತ ಮುನಿಯನ್ನು ಅಟ್ಟಿದನು. ಶಿವನು ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡಿದ. ನೋಡಿಯಾದ ನಂತರ ತನ್ನ ತೀರ್ಮಾನವನ್ನು ಕೊಟ್ಟೇ ಬಿಟ್ಟ. ನಾಟಕ ನೀರಸವಾಗಿತ್ತೆಂದು, ನಾಟಕದ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ಇನ್ನಿತರ ಕಲ್ಪನೆಗಳು ಇಲ್ಲವೆಂದು ಹೇಳಿ ಪಾರ್ವತಿಯಿಂದ ಲಾಸ್ಯವನ್ನು, ಜಡೆಮುನಿಗಳಿಂದ ತಾಂಡವವನ್ನು ಕೊಡಿಸಿ, ಅಂದರೆ ಹಾಡು–ನೃತ್ಯಗಳನ್ನು ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಸೇರಿಸಿ ನಾಟಕವನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದನು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೇ ಸಕಲರೂ ಮೆಚ್ಚುವಂಥ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿದನು!

ಶಿವನಲ್ಲಿಗೆ ಭರತಮುನಿ ಬಂದು ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ ಕೊಟ್ಟಾಗ ಅನೇಕ ಅಂಶಗಳು ಬೆಳಕಿಗೆ ಬರುತ್ತವೆ. ಒಂದು ಸಾಕ್ಷಾತ್ ಶಿವನ ಅನುಗ್ರಹದಿಂದ ನಾಟಕದ ರೂಪ ಅಖಂಡತೆ ಸಾಧಿಸಿತು ಎಂದು. ಮತ್ತು ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ನೃತ್ಯಕ್ಕೆ ಇನ್ನಿತರ ಶ್ರವ್ಯ ದೃಶ್ಯ ಕಾವ್ಯಕ್ಕೆ ಶಿವನೇ ಒಡೆಯ, ಶಿವನೇ ಆರಾಧ್ಯ ದೈವ ಎಂದು. ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಈ ನಾಟಕವು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರ ಮಾಧ್ಯಮವೆಂದೂ ಸಾಬೀತಾಯಿತು. ಈ ಅಖಂಡತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಿದ್ದರಿಂದ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ

ದೇವಾನು ದೇವತೆಗಳಿಗೂ, ರಾಕ್ಷಸರಿಗೂ ನಾಟಕ ಪ್ರಿಯವಾಗಿರಲೇ ಬೇಕು. ಹಾಗಾಗಿ ಭೂಮಿಗೆ ಬಂದಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ನಾಟಕವೂ ಐದನೇ ವೇದವಾಯಿತೆಂದು ಭರತಮುನಿಯ ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರ ಸಾರುತ್ತದೆ. ನಾಟಕದ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಹಂತವಾದರೆ ಭರತಮುನಿ ಮತ್ತೊಂದು ಅಂಶವನ್ನು ಮುಂದಿಡುತ್ತಾ ಅಖಂಡತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವಲ್ಲಿ ಬೇಕಾಗುವ ರಂಗದ ಇತರ ಅಂಶಗಳ ಬಗೆಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತಾ, ನಟನಾ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಹೇಳಿ ಕೊಡುತ್ತಾ, ಜಗತ್ತೇ ನಿಬ್ಬೆರಗು ಆಗುವಂತೆ ಮಾಡಿದ ಅದ್ಭುತವಾದ ಆಯಾಮವೊಂದನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ತೆರೆದು ಇಡುತ್ತಾನೆ. ಅದೇ ರಸ ಸಿದ್ಧಾಂತ.

ಜಗತ್ತಿನ ಯಾವುದೇ ಸೌಂದರ್ಯ ಮೀಮಾಂಸೆ ಅಥವಾ ಕಲೆಯ ಮೀಮಾಂಸೆ ಹೇಳದ ರಸ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಭರತಮುನಿ ನಮಗೆ ನೀಡುತ್ತಾನೆ. ಒಬ್ಬ ಕಲಾವಿದ, ನೋಡುವವನಲ್ಲಿ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಉಕ್ಕಿಸಿ, ಆ ಮೂಲಕ ಉತ್ಕೃಷ್ಟವಾದ ಆನಂದವನ್ನು ನೋಡುಗನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ತಂದಿದ್ದೇ ಆದರೆ, ಅದೇ ರಸಾನುಭವ.. ಇದು ಬಹಳ ಸರಳವಾಗಿ ನಾವು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುವಂಥ ಅರ್ಥ. ಆದರೆ ಇಷ್ಟಕ್ಕೇ ಅರ್ಥ ಕಲ್ಪನೆ ನಿಲ್ಲುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಉತ್ಕೃಷ್ಟವಾದ ಆನಂದ ಅವನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ, ಹೃದಯದಲ್ಲಿ ಆಗಬೇಕಾದರೆ ಏನು ನಡೆಯುತ್ತದೆ? ಈ ಆನಂದ ಹೊರ ಹೊಮ್ಮಲು ಬೇಕಾಗುವ ಪರಿಕರಗಳೇನು? ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿ ಇಂಥ ಆನಂದವನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸಿದರೆ ಮಾತ್ರವೇ ನಾಟಕದ ಸಾಧ್ಯತೆ ಎಂದು ಹೇಳಿದಾಗ ಈ ಆನಂದವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದರಲ್ಲಿ ಏನೇನು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತವೆ, ಹೇಗೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಭರತನ ನಾಟ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರ ಹೇಳುತ್ತದೆ. ಈ ವರೆಗೂ ಕೇವಲ ರಚನಶಾಸ್ತ್ರದ ಮೇಲೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅಥವಾ ವಿಘಟಿತವಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಂದೊಂದಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲೆ ಬಿಸುಟು ಆ ಮೂಲಕ ಅವನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ನೋಡಿದ್ದೇವೆ. ಆದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಬರುವುದು ಇಂಥ ಆನಂದವನ್ನು ಸವಿಯುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಹಾಗಾಗಿ ಅವನಿಗೆ ಆ ಆನಂದವನ್ನು ಸವಿಯುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಡುವುದು ನಟನ ಕೈಯಲ್ಲಿದೆ, ರಂಗದ ಪಠ್ಯದ ಕೈಯಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತದೆ ನಾಟ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರ.

ನಾಟ್ಯದ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಬರುವ ರಸ ಸಿದ್ಧಾಂತವು ಇಡೀ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಇವತ್ತಿನ ವರೆಗೂ ಚರ್ಚಿತವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಭರತ ತನ್ನ ನಾಟ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಸುಲಭವಾಗಿ ರಸ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ವಿವರಿಸಿಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ರಸವನ್ನು ರುಚಿಗೆ ಹೋಲಿಸುತ್ತಾ, ರುಚಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಸಾಧ್ಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನ ನಮಗೆ ಕಲಿಸಿಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ಹೇಳಿಕೇಳಿ ರುಚಿ ಜಿಹ್ವೆಗೆ ಅಂದರೆ ನಾಲಿಗೆಗೆ

ಸಂಬಂಧಿಸುವುದರಿಂದ ಊಟದ ದೃಷ್ಟಾಂತದ ಮೂಲಕ ರಸ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದಿಡುತ್ತಾನೆ. ನಾವು ಊಟ ಮಾಡುವಾಗ ಉಪ್ಪು, ಹುಳಿ, ಖಾರ ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿ ರುಚಿಗಳನ್ನುಸೇರಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತೇವೆ. ಇನ್ನು ಹಲವು ಬಗೆಯ ರುಚಿಗಳು ಸೇರಿ, ಪಕ್ವಾನ್ನವಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಅದನ್ನು ತಿಂದಾಗ ನಮ್ಮ ತತ್‌ಕ್ಷಣದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ರುಚಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದಾಗಿದ್ದರೆ. ಆ ರುಚಿಯೇ ರಸ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ ಭರತ. ಮಾಡಿದ ಅಡುಗೆಯಲ್ಲಿನ ವಿವಿಧ ವ್ಯಂಜನಗಳು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿ ಒಂದು ರುಚಿಯನ್ನು ಕೊಡುತ್ತವಲ್ಲ ಆ ಸಾಮಾನ್ಯ ಕಲ್ಪನೆಯ ರುಚಿಯೇ ರಸ. ಊಟ ಆದ ಮೇಲೆ ಅಷ್ಟು ಅದ್ಭುತ ರುಚಿಯ ಭೋಜನವನ್ನು ಮಾಡಿ ಆದ ಮೇಲೆ ನಮಗೆ ಸಿಗುವ ಆನಂದವಿದೆಯಲ್ಲ, ಅದೇ ರಸ. ಇಲ್ಲವೇ ಊಟ ಮಾಡುವಾಗ ಅಥವಾ ಊಟವಾದ ಮೇಲೆಯೂ'ಅದೊಂದು ಸೇರಿದ್ದರೆ ಬಹಳ ರುಚಿಯಾಗಿರುತ್ತಿತ್ತು' ಎನ್ನುತ್ತೇವಲ್ಲ ಹಾಗೆ. 'ಅದೊಂದು' ಎಂದು ನಾವು ಏನನ್ನು ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುತ್ತೇವೆ ಅದೇ ರಸ.

ಇಂಥ ರಸ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಉದ್ಭವವಾಗಬೇಕಿದ್ದರೆ ಆತನಿಗೆ ಒಂದು ಅರ್ಹತೆ ಇರಬೇಕೆಂದು ಭರತ ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಅಂದರೆ ಆತ ಸಹೃದಯನಾಗಿರಬೇಕು. ಪ್ರಾಜ್ಞನಾಗಿರಬೇಕು. ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ರಸಾನುಭವವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಉಂಟುಮಾಡಬೇಕಿದ್ದರೆ ನಟನ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೂ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ. ಸುಮ್ಮನೆ ನಟಿಸಿ ಬಿಟ್ಟರೆ ಸಾಲದು. ಯಾವುದೋ ಭಾವ ನಟಿಸಿ ಬಿಟ್ಟರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿ ಆನಂದ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದರೆ ಅದು ಉಡಾಫೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಅವನು ಕೂಡ ತಜ್ಞನಾಗಿರಬೇಕು. ಯಾವ ಭಾವಗಳನ್ನು ಎಷ್ಟು ಹೇಗೆ ಮಾಡಿದರೆ ಯಾವ ರೀತಿಯಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಮುಟ್ಟಿ ಆನಂದವನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸಬಹುದು...ಇದೆಲ್ಲವೂ, ಇಷ್ಟೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ನಟನಿಗೆ ತಿಳಿದಿರಬೇಕಿರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ರಸ ಮತ್ತು ಭಾವಗಳ ಜ್ಞಾನವಿಲ್ಲದೇ ಯಾವೊಬ್ಬನೂ ನಟನಾಗಲಾರ. ಹಾಗಾಗಿ ನಟನಾಗಬೇಕಿದ್ದರೆ ಅವನಿಗೂ ಅರ್ಹತೆ ಇರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ನಾಟಕಕ್ಕೆ ವಸ್ತು ಅಭಿನಯ ಮತ್ತು ರಸ. ರಸವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಭಿನಯ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ನಾಟಕವು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾ ರಸ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ನಾಟ್ಯ ಶಾಸ್ತ್ರ ಎತ್ತಿ ಹಿಡಿಯುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಮುಂದೆ ಸಾಗುತ್ತಾ ನಟನೆಗೆ ಬೇಕಾದ ಈ ಅರ್ಹತೆಯನ್ನು ಗಳಿಸುವುದು ಹೇಗೆ..? ಎನ್ನುವುದನ್ನು ತಿಳಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

ನಾಟ್ಯಶಾಸ್ತ್ರದ ಪ್ರಥಮ ಹಂತದಲ್ಲಿ ರಸವನ್ನು ಊಟಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿ, ಓಂ ಪ್ರಥಮದಲ್ಲೇ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಬಗ್ಗೆ ಗಾಬರಿ ಹುಟ್ಟಿಸದೇ ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುತ್ತಾನೋ, ಮುಂದೆ ಅದನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತಾ ಊಟಕ್ಕೆ ಅಖಂಡವಾದ ರುಚಿಯನ್ನು ಕೊಡುವುದರಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ರುಚಿಯ

ಕಣಗಳು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೋ, ಹಾಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿರುವ ಸ್ಥಾಯಿಭಾವವನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸಿ ಅಖಂಡವಾದ ಆನಂದದ ಅನುಭವಗಳನ್ನು, ರಸಾನುಭಾವವನ್ನು ಕೊಡುವುದು ಅನೇಕ ಅಂಶಗಳು ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಹರ್ಷದ ಕೂಗಿನಲ್ಲಿರಬಹುದು. ದುಃಖದ ಅಳುವಿನಲ್ಲಿರ ಬಹುದು. ಹೇಗಿದ್ದರೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಸನ್ನಿವೇಶಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ಮಯವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೇ ಮುಂದುವರಿದು ತನ್ಮಯನಾಗಿ ಸಹೃದಯರಾದಷ್ಟು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ರಸಾನುಭಾವ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತೋರುವ ಅನೇಕ ಹೊಳವುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಅದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಶಕ್ತಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗಿರಬೇಕು. ಅಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ನಾವು ಪರಿಭಾವಿಸುವ ರೀತಿಯೆ ಬಹಳ ದೊಡ್ಡದು. ಉನ್ನತಮಟ್ಟದ್ದು. ಪಾರಿಜಾತದ ಕೃಷ್ಣ ಬೀಡಿ ಸೇದಿದರು. ಅವನ ಕೈಯಲ್ಲಿ ವಾಚ್ ಕಟ್ಟಿದರೂ ಅದು ಅವರಿಗೆ ನಗಣ್ಯ. ಈ ಹಿಂದೆ ಸತ್ಯಭಾಮೆಯ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ನಾವು ನೋಡಿದ್ದೀವಿ. ಕೌಜಲಿಗಿ ನಿಂಗವ್ವ ಹರಕು ಸೀರೆಯನ್ನು ಉಟ್ಟುಕೊಂಡು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬಂದು ಸತ್ಯಭಾಮೆಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಆಕೆ ಬಡವಿಯೋ ಅಥವಾ ಆಕೆ ಇನ್ನಿತರ ಜಾತಿಯವಳೆಂದೋ ಆಕೆಯನ್ನು ರಂಗದಿಂದ ಇಳಿಸಿರಲಿಲ್ಲ. ಸತ್ಯಭಾಮೆ ಯಾವತ್ತೂ ಹರಕು ಸೀರೆ ಉಟ್ಟವಳಲ್ಲ ಎಂದು ಪ್ರತಿಭಟಿಸುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಆಕೆಯ ನಟನೆಯನ್ನು ಆನಂದಿಸಿದರು. ಹಾಗೆ ನಟರು ಸರಿಯಾದ ವೇಷಭೂಷಣಗಳಿಲ್ಲದೇ ಬಂದರೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅವನನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದ. ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲವೂ ಸೂಚಿತ ಪ್ರಮೇಯಗಳು. ಅದನ್ನು ಗ್ರಹಿಸುವಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಜಾಣನಾಗಿದ್ದ. ಬಹಳ ಸಣ್ಣಗಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬಂದು 'ತಾನು ಹನುಮಂತ ಬಂದೀನಿ ನೋಡಿರೋ' ಎಂದಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅವನ ದೈಹಿಕ ಆಯಾಮವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೇ ಅವನನ್ನು ತನ್ನ ಮನಃಪಟಲದಲ್ಲಿ ಹನುಮಂತನಾಗಿಯೇ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಿದ್ದ.

ಅಂದರೆ ನಾಟಕ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದದ್ದು ಎಲ್ಲಿ? ಈ ಪ್ರಶ್ನೆ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದು. ರಂಗದ ಮೇಲೋ ಅಥವಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲೋ? ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬಂದಂಥ ಸಣಕಲು ವ್ಯಕ್ತಿ ನಾನು ಹನುಮಂತ ಎಂದು ಸೂಚನೆ ಕೊಟ್ಟು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಹೇಳಲು ತೊಡಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಆ ಸೂಚನೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡು ಹನುಮಂತನ ಲೋಕವನ್ನೇ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಆ ಪಾತ್ರ ಕೊಡುತ್ತಿರುವಂಥ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ತನ್ನ ಸೃಷ್ಟಿಯನ್ನು, ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಒಂದು ಮಾಡಿ ನಾಟಕ ವನ್ನು ವೇದ್ಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ. ಮತ್ತೆ ಈ ವರ್ತುಲಾಕಾರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಿಂದಲೇ ನಾಟಕ ಮತ್ತು ಆನಂದ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ನಟ ಮತ್ತಷ್ಟು ಪ್ರಚೋದನೆಗೊಂಡು ಅತ್ಯುತ್ತಮವಾಗಿ ಮಾಡುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ. ನಟ ತನ್ನ

[illegible]

ಪಾತ್ರವನ್ನು ಚೆಂದಗಾಣಿಸುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನಲ್ಲಿನ ಲೋಕವನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ವಿಸ್ತಾರ ಮಾಡಿಕೊಂಡು/ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡು/ಊಹಿಸಿಕೊಂಡು ಹನುಮಂತನ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅರ್ಥತುಂಬುತ್ತಿದ್ದ. ಅಂದರೆ ನಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಪಾತ್ರ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಗೌಣತೆಗಳು ಕಾಣಿಸುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಅಂದರೆ ನಿಜವಾದ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ನಟ ಒಬ್ಬ ಅರ್ಥದಾರಿ, ತನ್ನ ಮೂಲಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಅರ್ಥ ಹೊಳೆಯಿಸುತ್ತಿದ್ದ. ಕೃಷ್ಣ ಬೀಡಿ ಸೇದುತ್ತಲೋ, ಇಲ್ಲ ಚಷ್ಮಾ ಹಾಕಿಕೊಂಡೋ, ಇಲ್ಲ ಕೈಯಲ್ಲಿ ವಾಚ್ ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡೋ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಬಂದು 'ನಾನು ಕೃಷ್ಣ' ಎಂದಾಗ ಅವನ ಈ ಬಾಹ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನೆಲ್ಲಾ ಬಿಸುಟು ಕೃಷ್ಣನಂತೆಯೇ ಅವನನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತಾನೆ.

ಆಧುನಿಕ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಬಂದರೆ ರಸಸ್ವಾದನೆಗೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಭಂಗಗಳು ಅಂತ ತಿಳಿದುಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತೇವೆ. ಅಂದರೆ ರಂಗದಲ್ಲಿನ ನಟ ನಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಕೃಷ್ಣನನ್ನೋ ಹನುಮಂತನನ್ನೋ, ಸೃಷ್ಟಿಸುವ/ಪರಿಭಾವಿಸುವ/ಕಲ್ಪಿಸುವ ಅಥವಾ ಅರಿಯುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತಾನೆ. ನಾವು ಅವನ ಗೌಣತೆಯನ್ನು ಅಥವಾ ಗೌಣತೆ ತುಂಬಿದ್ದ ಆ ನಟನನ್ನು ವಿರೋಧಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ನಮ್ಮೊಳಗಿನ ಕೃಷ್ಣನ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಆ ನಟ ನುಡಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ನಾಟಕ ಹುಟ್ಟುತ್ತಿರುವುದು ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಅಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಎಂಬುದು ವಿಶೇಷ.

ಪಾತ್ರವು ತನ್ನ ಮಾತುಗಳನ್ನು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಆಡುತ್ತಿದ್ದರೆ ಪಾತ್ರದ ಲೋಕವೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಪಾತ್ರದ ಲೋಕದ ಅನುಭವದ ಮೂಲಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ರೂಪದಲ್ಲಿ ವಾಪಸ್ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ನಟನಿಗೆ ಕೊಟ್ಟಾಗ ನಟ ಪ್ರಚೋದನೆಗೊಂಡು ಮತ್ತಷ್ಟು ಹಾಡುಗಳನ್ನು, ಉಪಕಥೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಲಿಕ್ಕೂ ಸಾಧ್ಯ. ಆಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪಾತ್ರದ ಲೋಕ ಮತ್ತಷ್ಟು ಹಿಗ್ಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಒಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅಂದರೆ ಊಹಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಶಕ್ತಿ ಇರುವಂಥ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅಂದರೆ ಪಾತ್ರದ ಲೋಕವನ್ನು ಪುನರ್‌ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವಂಥ ಶಕ್ತಿಯುಳ್ಳ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಕೆಲವು ಪ್ರತಿಭೆಗಳು ಇರಲೇಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಭರತ ಎರಡು ಪ್ರತಿಭೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತಾನೆ. ಕಾರಯತ್ರಿ ಪ್ರತಿಭೆ ಮತ್ತು ಭಾವಯತ್ರಿ ಪ್ರತಿಭೆ. ಕಾರಯತ್ರಿ ಪ್ರತಿಭೆ ಎಂದರೆ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಪ್ರತಿಭೆ. ಪಠ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತದೆಯಲ್ಲ ಆ ಪ್ರತಿಭೆ. ಮತ್ತು ಬಂದಂತಹ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಪ್ರಚೋದನೆಗೊಂಡು ಮತ್ತಷ್ಟು ಕತೆ, ಉಪಕತೆಗಳನ್ನು ಅಂದರೆ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಭಂಗ ಬರದ ಹಾಗೇ ಮಾತುಗಳು ಉಪಕತೆಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಾನಲ್ಲ ಅದು ಕಾರಯತ್ರಿ ಪ್ರತಿಭೆ. ಭಾವಯತ್ರಿ ಎಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನದು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ಭಾವಗಳ ಮೂಲಕ ಪಾತ್ರದ ಲೋಕವನ್ನು ತನ್ನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲೇ ಸೃಷ್ಟಿಮಾಡಿಕೊಂಡು ಆ ಮೂಲಕ ನಟನ ಸಹಾಯದಿಂದ ಆ ಲೋಕವನ್ನು

[illegible]

ಆನಂದಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿ ಭಾವಯತ್ರಿ ಪ್ರತಿಭೆ ಇದ್ದಾಗ ಮಾತ್ರ. ಹಾಗಾಗಿ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವವನಿಗೆ ಕಾರಯತ್ರಿ ಪ್ರತಿಭೆ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿದ್ದನ್ನು ಊಹಿಸಿಕೊಂಡು ತನ್ನ ಅನುಭವ ಮತ್ತು ಆನಂದವನ್ನು ಹಿಗ್ಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಶಕ್ತಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಇದ್ದರೆ ಅದು ಭಾವಯತ್ರಿ ಪ್ರತಿಭೆ. ಈ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿದ್ದನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ನೀಡುವಂಥ ನಟ ಬಹಳ ಜಾಣನಾಗಿರಬೇಕು, ತಜ್ಞನಾಗಿರಬೇಕು. ಅವನು ತನ್ಮಯನಾಗುವಂತಿಲ್ಲ. ಎಚ್ಚರದಿಂದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು. ಎಚ್ಚರವಿದ್ದಾಗಲೇ ಅವನಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಉತ್ತರವಾಗಿ ಹೊಸ ಅರ್ಥಗಳನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಹಾಡುಗಳನ್ನು ತಕ್ಕಷ್ಟು ಉಪಕತೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ನಟನೆ ಯಾವೊತ್ತೂ ಕೂಡ ಪ್ರಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಇಲ್ಲಿ ನಟ ಸದಾ ಕಾಲ ಜಾಗೃತನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಸ್ವಲ್ಪ ಮೈ ಮರೆತರೂ ತಾಳ ತಪ್ಪುತ್ತಾನೆ. ಜಾಗೃತನಾಗಿದ್ದು ಕೊಂಡು ಕಥೆಯ ಹೊಳವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಆ ಹೊಳವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕಥೆಯ ಲೋಕವನ್ನೇ ತನ್ನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ನಟ ಜಾಗೃತನಿದ್ದಾಗಲೇ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ನಟ ತನ್ಮಯನಾದನೆಂದರೆ ತನ್ನ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಮರೆತು ಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ಕಥೆಯನ್ನು ಮತ್ತೆ ಇನ್ಯಾವುದೋ ಆಯಾಮಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೇ ಮಾಡುತ್ತಲೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ತನ್ಮಯತೆಗೂ ಭಂಗ ತರುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅವನು ಜಾಗೃತನಾಗಿರಲೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೇ ಮಾಡಿದಾಗಲೇ ಭಾವಗಳನ್ನು ಹೊರ ಸೂಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಆ ಮೂಲಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿ ರಸಸ್ವಾದವನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಸಿನಿಮಾದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಅಲ್ಲಿನ ನಟ ಚಿತ್ರೀಕರಣದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಹುಡುಗಿಗೆ 'ನಾನು ನಿನ್ನನ್ನು ಪ್ರೀತಿಸುತ್ತೇನೆ' ಎನ್ನುತ್ತಾನೆ. ಅದನ್ನು ಒಂದು ದಿನ ಚಿತ್ರೀಕರಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಅದು ಎದುರಿಗೆ ಹುಡುಗಿ ಇಲ್ಲದೆಯೇ. ಮಾರನೆಯ ದಿನ ಹುಡುಗಿ ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪುತ್ತಾಳೋ, ಬಿಡುತ್ತಾಳೋ ಆ ಉತ್ತರವನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾಳೆ. ಅವಳು ಹೇಳುವಾಗಲೂ ಕೂಡ ಎದುರಿಗೆ ಆ ನಟನಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಪ್ರಶ್ನೆಯೂ ಕೂಡ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂದರೆ ಪ್ರಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ನಟಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಟ ಜಾಗೃತನಿದ್ದಷ್ಟು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿ ರಸಾನುಭವದ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಕವಿ ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಂಡು ಊಹಿಸಿಕೊಂಡು ನಾಟಕದ ಜೊತೆಗೆ ತನ್ಮಯನಾಗುವ ಅರ್ಹತೆ ಇರುವುದು ಸಹೃದಯನಿಗೆ ಮಾತ್ರ. ನಾಟಕದ ಪಠ್ಯ, ನಟನ ಅರ್ಥ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಮೇಳೈಯಿಸಿಕೊಂಡು ಅದಕ್ಕೆ ಹೊಸ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಟ್ಟುತ್ತಾ, ತನ್ಮಯನಾಗುತ್ತಾನಲ್ಲ, ಆತ ಸಹೃದಯ. ಈ ನಾಟಕವನ್ನು ಕಟ್ಟುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ಅತ ಕಂಡುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಆತ ಸಹೃದಯ.

ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಾಗಲಿಕ್ಕೇ ಇದು ಕೂಡ ಒಂದು ಅರ್ಹತೆಯೇ ಸರಿ. ಹಾಗಿದ್ದರೆ ಈ ತನ್ಮಯತೆ, ಈ ಲೋಕ ಸೃಷ್ಟಿ. ಸಹೃದಯತೆ, ಇಷ್ಟೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಸಾಧ್ಯ ಮಾಡುವ ರಸಾನುಭವ ಎಂಥದ್ದು. ಅದು ಹೇಗಾಗುತ್ತದೆ. ಭರತನೇ ಹೇಳುವ ಹಾಗೇ, "ವಿಭಾವಾನುಭಾವವ್ಯಭಿಚಾರಿ ಸಂಯೋಗಾತ್ ರಸ ನಿಷ್ಪತಿಹಿಃ" ಅಂದರೆ, ವಿಭಾವ, ಅನುಭಾವ, ವ್ಯಭಿಚಾರಿಭಾವ–ಸಂಚಾರಿ ಭಾವಗಳ ಸಮ್ಮಿಲನದಿಂದ ರಸಾನುಭವ ಪ್ರಾಪ್ತಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಭಾವಗಳೆಲ್ಲವೂ ಸ್ಥಾಯೀಭಾವಗಳು. ಅಂದರೆ ಮನುಷ್ಯನಲ್ಲಿ ಯಾವಾಗಲೂ ಇರುವಂಥವು. ಅವುಗಳೆಂದರೆ, ರತಿ, ಹಾಸ್ಯ, ಶೋಕ, ಕ್ರೋಧ, ಭಯ, ವಿಸ್ಮಯ ಇತ್ಯಾದಿ. ಕವಿಯಾದವರು ಇಂಥ ಭಾವಗಳನ್ನು ಕುರಿತಾಗಿಯೇ ಬರೆಯುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಭಾವಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡು ವಿಧಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ದುಷ್ಯಂತ ಆಶ್ರಮಕ್ಕೆ ಹೋದಾಗ ಶಕುಂತಲೆಯನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಆಗ ಭಾವ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಪ್ರೀತಿ ಹುಟ್ಟುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಅವನನ್ನು ಒಪ್ಪುತ್ತಾಳೆ. ಇವನಿಗೂ ಅವಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರೀತಿ ಹುಟ್ಟುತ್ತದೆ. ಇಬ್ಬರಿಗೂ ಈ ಪ್ರೀತಿಯ ರತಿಯ ಭಾವ ಹುಟ್ಟಲು ಕಾರಣ ಪರಸ್ಪರರು. ಯಾವುದರಿಂದ ಭಾವ ಹುಟ್ಟುತ್ತೋ, ಯಾವುದು ಭಾವಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವೋ, ಅದು ಅಲಂಬನಾ ವಿಭಾವ. ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೀತಿ ಸ್ಥಾಯೀಭಾವವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಭಾವದ ಕಾರಣಗಳಿಗೆ ವಿಭಾವ ಎನ್ನುತ್ತೇನೆ. ಇಲ್ಲಿ ಭಾವ ಹುಟ್ಟಿದ್ದಕ್ಕೆ ಆಗುವ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅನುಭವ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮರೆಯುವುದು, ಮೈ ಮರೆತು ಅಲ್ಲೇ ನಿಲ್ಲುವುದು, ಪ್ರೀತಿ ಹುಟ್ಟಿದ ಮೇಲೆ ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರೀತಿಯಲ್ಲಿರುವವರು ಆಡುವ ಬಗೆ. ಈ ವಿಭಾವದಲ್ಲಿ ಎರಡು ಪ್ರಕಾರ. ಆಲಂಬನ ವಿಭಾವ. ಮತ್ತು ಉದ್ದೀಪನ ವಿಭಾವ, ಯಾವುದರಿಂದ ಭಾವ ಹುಟ್ಟುತ್ತದೆಯೋ ಅದು ಆಲಂಬನ ವಿಭಾವವಾಗುತ್ತದೆ. ಶಕುಂತಲೆಗೆ ದುಷ್ಯಂತ. ದುಷ್ಯಂತನಿಗೆ ಶಕುಂತಲೆ ಆಲಂಬನ ವಿಭಾವ. ಉದ್ದೀಪನ ವಿಭಾವ ಅಂದರೆ ಈ ಭಾವಗಳನ್ನು ಉದ್ದೀಪಿಸುವುದು. ಅದು ಯಾವುವೆಂದರೆ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಕೋಗಿಲೆ ಕೂಗುವುದು, ಇಬ್ಬರು ಒಂಟಿಯಾಗಿರುವುದು, ಸಖಿಯರು ಇವರನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುವುದು. ಅಂದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಭಾವದ ಪ್ರಚೋದನೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ರತಿ ಭಾವವನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಪ್ರಚೋದನೆ ನೀಡು ವುದೆಲ್ಲವೂ ಉದ್ದೀಪನ ಭಾವ. ಸ್ಥಾಯೀಭಾವವನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುವುದು ಉದ್ದಿಪನ ವಿಭಾವ. ಈ ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದಾಗ ದುಷ್ಯಂತ ಶಕುಂತಲೆಯ ಪ್ರೇಮ ಸನ್ನಿವೇಶ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನೋಣ. ಇಲ್ಲಿನ ಭಾವ ರತಿ ಭಾವ. ಆಲಂಬನ ಭಾವ ಇಬ್ಬರೂ ಪರಸ್ಪರ ನೋಡಿದ್ದಾರೆ. ಸಂಚಾರಿ ಭಾವಗಳೆಂದರೆ ದುಂಬಿ ಹಾರಾಡುತ್ತಿದೆ. ಕೋಗಿಲೆ ಕೂಗುತ್ತಿದೆ. ಇವರಿಗೆ ಅಥವಾ ಶಕುಂತಲೆಗೆ ನಾಚಿಕೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಮೈ ನಡುಗುತ್ತದೆ ಇತ್ಯಾದಿ. ಇವು ಸಂಚಾರಿ ಭಾವಗಳು. ಇವು

ಸಂದರ್ಭೋಚಿತವಾಗಿ ಬರುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಇಂಥದ್ದನ್ನು ನೋಡಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ಮಯನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಈ ತನ್ಮಯತೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಹೇಗೆ. ಇದು ನಿಜವಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆಯೇ, ಅಲ್ಲ, ಇದು ನಾಟಕ. ಇದು ನಡೆದಿದೆಯೋ ಅದು ನಮಗೆ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲ. ಕಾರ್ಯಕಾರಣಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧವಾದ ಕತೆ ಇದು. ಅವನು ನಿಜವಾದ ದುಷ್ಯಂತನೋ ಅಲ್ಲ, ಹಾಗಿದ್ದರೆ ದುಷ್ಯಂತ ಹೀಗೆ ಇದ್ದನೋ, ನಮಗೂ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲ. ಆದರೂ ಕೂಡ ನಾವು ತನ್ಮಯರಾಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಈ ಎರಡರಿಂದಲೂ ತಟಸ್ಥವಾದ ಚಿತ್ರತುರುಗ ನ್ಯಾಯದಂತೆ ನಾವು ತನ್ಮಯರಾಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿನ ಕುದುರೆಯ ಹಾಗೇ. ಅದು ನಿಜವಾದ ಕುದುರೆಯೋ ಅಲ್ಲ. ಮತ್ತು ಅದು ಕುದುರೆಯೋ ಹೌದು. ಈ ವೈರುದ್ಯಗಳ ನಡುವೆಯೇ ತನ್ಮಯರಾಗುತ್ತೇವೆ. ಅಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಾ ತನ್ಮಯತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುತ್ತೇನೆ. ಹೀಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ನಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ನಾವು ಮರೆತಾಗ. ನಮ್ಮ ನಾಮ, ರೂಪ, ಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಮರೆತು ಅಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿ ಬಿಡುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗಾದಾಗ ಸಾಧರಣೀಕರಣದ ಅನುಭವವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಧರಣೀಕರಣ ಅಂದರೆ ಎಲ್ಲರೊಟ್ಟಿಗೆ ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ಹೊಮ್ಮಿದಂಥ ರತಿ ಭಾವವನ್ನೇ ಅನುಭವಿಸುವುದು. ಅಂದರೆ ನಮ್ಮ ಜೊತೆಗೆ ಅಕ್ಕ ಪಕ್ಕ ಕುಳಿತವರೆಲ್ಲರೂ ಕೂಡ ಮತ್ತು ಅಲ್ಲಿದ್ದವರು ಕೂಡ ಈ ರತಿ ಭಾವವನ್ನೇ ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಆಗ ಸಾಧರಣೀಕರಣ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂಥ ಒಂದು ಕ್ರಿಯೆ ಜರುಗಿದಾಗ ನಮಗೆ ಸಿಗುವುದು ದಿವ್ಯವಾದ ವಿಶ್ರಾಂತಿ, ಆನಂದ. ಇದೇ ರಸಾನುಭವ. ವಾಸ್ತವ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಈ ಆನಂದವನ್ನು ಸವಿಯಲು ಸಾಧ್ಯವೇ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಇದು ಲೋಕೋತ್ತರ. ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲದೆ ಇರುವಂಥದ್ದು. ಇದೇ ಬ್ರಹ್ಮಸ್ವಾದ. ಬ್ರಹ್ಮನೊಂದಿಗೆ ತನ್ಮಯರಾದಾಗ ಸಿಗುವ ಅನುಭವವಿದೆಯಲ್ಲ, ಅದರ ಸಹೋದರ ಈ ರಸಾನುಭವ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಜನಪದ ಮತ್ತು ಅಭಿಜಾತರಂಗ ಭೂಮಿಯ ಕಲ್ಪನೆಗಳು ಬಹಳ ಅಪೂರ್ವವಾದವು. ಅವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ತನ್ಮಯರಾಗಿಯೂ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸವಿಯುವಂತವರಾಗಿಯೂ ರಸಾನುಭವಕ್ಕೆ ಆಧ್ಯತೆ ಕೊಟ್ಟವರಂತಾಗಿಯೂ ಪ್ರಾಜ್ಞರಾಗಿಯೂ ನೋಡುತ್ತವೆ. ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಇಲ್ಲಿ ದಾರ್ಶನಿಕನೂ ಆಗಿದ್ದ. ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಆಚರಣೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತಿದ್ದ. ಕ್ರಮೇಣ ಆಚರಣೆ ನಾಟಕಕ್ಕೆ ತಿರುಗಿದ್ದಾಗ ತನ್ನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮೊಟಕುಗೊಳಿಸಿಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಇನ್ನಾವುದೋ ಬೇರೆ ಆಯಾಮಕ್ಕೆ ತಿರುಗಿಸಲಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ

ತಾದ್ಯಾತ್ಮತೆಯನ್ನು ತೋರಿಸಿದ. ದೇವರನ್ನು ದೇವರಾಗಿಯೇ ನೋಡುವ ರಂಗದ ಮೇಲಿನ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಪಾತ್ರಗಳಾಗಿಯೇ ನೋಡುವ, ನಟರ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಪಾತ್ರದೊಳಗೆ ಸೇರಿಸದೆ ಕೇವಲ ನಾಟ್ಯದ ಪಠ್ಯವನ್ನೇ ನೋಡುವ ಹಾಗೂ ವಿಸ್ತರಿಸುವ ಶಕ್ತಿ ನಮ್ಮ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗಿತ್ತು. ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡು ತನ್ಮಯತೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟು ನಾಟಕವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿದ. ಅಭಿಜಾತ ರಂಗಭೂಮಿಯೂ ಅಷ್ಟೇ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಬಹಳ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನಾಗಿ ನೋಡಿತು. ರಸಾನುಭವವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕಿದ್ದರೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಒಂದು ಪ್ರತಿಭೆ ಬೇಕು. ಅದು ಭಾವಯತ್ರಿ ಪ್ರತ್ರಿಭೆ. ತನ್ನ ಭಾವನೆಗಳ ಮೂಲಕ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಪ್ರತಿಭೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ ಆನಂತರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಮೂಲಕ ವಾಪಸ್ ನಟನೆಗೆ ಕೊಟ್ಟು ನಾಟಕವನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಚಂದಗಟ್ಟಲು ಕೊಡುವ ಶಕ್ತಿಯ ಪ್ರತಿಭೆ. ಇವಿಷ್ಟಲ್ಲದೇ ಜನಪದ ಮತ್ತು ಅಭಿಜಾತ ರಂಗಭೂಮಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ತಮ್ಮ ಈ ಶಕ್ತಿಯ ಜೊತೆ ತಮ್ಮ ಸುತ್ತ ಮುತ್ತಲ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸಮಾಜದ ಜನರ ಮತ್ತು ಪ್ರಕೃತಿಯ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು, ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ನೋಡುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತುಂಬಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಅರ್ಥ ಸಾಧ್ಯತೆ ಅದ್ಭುತವಾಗಿರುತ್ತಿತ್ತು. ಮನಃಪಟಲದಲ್ಲಿ ಇಂದ್ರಿಗಳ ಮೂಲಕ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದ ದೃಶ್ಯವನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ನಾಟಕದ ಲೋಕವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಗೊಳಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ ಈ ಎರಡು ರಂಗಭೂಮಿಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮಹತ್ತರ ಸ್ಥಾನ ವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಕ್ರಿಯೆ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕೆ ಇಂಬುಕೊಡುತ್ತಿದ್ದವ ಅಲ್ಲಿನ ರಂಗದ ಮೇಲಿನ ನಟ. ಒಬ್ಬೊಬ್ಬರ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲೂ ಒಂದೊಂದು ನಾಟಕ. ಒಬ್ಬೊಬ್ಬರಲ್ಲೂ ಒಂದೊಂದು ನಾಟಕ ಲೋಕ ಮೇಳೈಸುತ್ತಿತ್ತು. ಸಾವಿರ ಜನರಿದ್ದರೆ ಸಾವಿರ ನಾಟಕ ಆದರೆ ಪಠ್ಯ ಒಂದೇ!. ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಅದ್ಭುತ!

ಈ ನಾಟಕಗಳನ್ನು ನೋಡವುದಕ್ಕೆ ಬರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾರು ಅಕ್ಷರ ಓದಿದವರಲ್ಲ. ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿ ಮಟ್ಟಿಗಂತೂ ಅನಕ್ಷರಸ್ಥರೇ ಹೆಚ್ಚು. ಆಗಿನ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಓದು ಎಲ್ಲಿಂದ ಬರಬೇಕು. ಸಂಸ್ಕೃತ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಬಂದಾಗ ಓದು ಕಿಂಚಿತ್ತಾದರು ಕಾಲಿಟ್ಟಿತ್ತೆನ್ನಬಹುದು. ಯಾಕೆಂದರೆ ನಾಟಕಗಳು ರಚನೆಯಾಗುತ್ತಿದ್ದವು. ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ಈ ಮಾತು ಸರಿ ಹೊಂದುತ್ತದೆ.

ಆದರೆ ಓದುವುದು ಇಲ್ಲದಿದ್ದಾಗಲೂ ಕೂಡ ಪಠ್ಯದ ದರ್ಶನವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿತ್ತು ಅನ್ನುವುದೇ ಆಶ್ಚರ್ಯಕರ ಮತ್ತು ಹೆಮ್ಮೆಯ ಸಂಗತಿ. ಕಾರಣ ಜಗತ್ತಿನ ಯಾವ ಕಾವ್ಯಮೀಮಾಂಸೆಯೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಈ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಅಳೆದಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲದೇ ಇಂಥ ನಾಟಕದ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲವೇ ಅಂಥ ರಂಗ ಪ್ರಯೋಗಗಳು ಕೂಡ ಆಗಿಲ್ಲ.

ಒಟ್ಟಾರೆ ಈ ಹಿಂದೆ ನಾವು ನೋಡಿದಂತೆ ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯರಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳು ಬರುತ್ತಲೇ ಇದ್ದವು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೂ ಹಾಗೆ...ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಇದೂ...ಅದೂ... ಮನಸ್ಸಿನ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಇದೂ ಅದೂ ಎನ್ನುತ್ತಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಮತ್ತು ಪಠ್ಯವನ್ನು ತೂಗಿ ನೋಡಿದರು. ಆದರೆ ಅದೇ ಪ್ರಮಾಣಗಳನ್ನು ಹಿಡಿದು ಭಾರತದ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗ ಪ್ರಮಾಣಗಳೆಲ್ಲವೂ ಸೋಲುತ್ತವೆ. ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯ ಬರೆಯುವಂಥ ಕವಿಯಷ್ಟೇ ಪ್ರತಿಭಾವಂತ ನಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ. ಸೃಷ್ಟಿ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅವನಷ್ಟೇ ಶ್ರೀಮಂತ. ಪಠ್ಯದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಳೆಸುವ ಅರ್ಥದಾರಿಯಷ್ಟೇ ಅರ್ಥಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಜವಾಬ್ದಾರಿ. ಅದನ್ನು ಅವ ಬಹಳ ಯಶಸ್ಸಿನಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದ. ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ನಾಟಕವು ಸಾಮುದಾಯಕವಾಗಿತ್ತು. ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿತ್ತು. ಕಾರಣ ಪ್ರತಿಪಾದಿತ ಮೌಲ್ಯಗಳೆಲ್ಲವು ಸಮೂಹ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಸಾಮುದಾಯಕವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಸಾಮುದಾಯಕವಾಗಿರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿಯೂ ಇರುತ್ತವೆ. ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ನಮ್ಮ ಗ್ರಹಣ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಪ್ರಮಾಣಗಳು ಶ್ರವ್ಯದಿಂದ ದೃಶ್ಯಕ್ಕೆ ಮಾರ್ಪಾಡಾಯ್ತು. ಈ ವರೆಗೂ ತೋಂಡಿ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ನಂಬಿ, ಆ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ದೈವದೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ಇತರರೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಪರಿಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ. ನಮಗೆ ಕ್ರಮೇಣ ಕಣ್ಣಿನಿಂದಲೂ ನೋಡುವ ದೃಶ್ಯವೇ ಹೆಚ್ಚು ಸತ್ಯ, ಎನ್ನುವಂಥ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ಬಂದಿದ್ದೆವು. ತೋಂಡಿ ಪರಂಪರೆಯಲ್ಲಿದ್ದಾಗಲೂ ಕೂಡ ನಾಟಕವನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೆವು. ಆದರೆ ಕಣ್ಣು ಕೇವಲ ತಾತ್ಪೂರ್ತಿಕ ಅಷ್ಟೇ. ಕಾರಣ ನಾಟಕ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಿದು ಕಣ್ಣಿನಿಂದಲ್ಲ. ಕಣ್ಣಿಂದ ನಾಟಕ ನೋಡಿದ್ದೇ ಆದರೆ ಕಣ್ಣಿಂದ ಅಭಿಜಾತ ರಂಗಭೂಮಿ ಮತ್ತು ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿಯ ನಾಟಕಗಳನ್ನು ಆಸ್ವಾಧಿಸಿದ್ದೇ ಆದರೆ ನಾವು ಈಗ ಹೇಳುವ ರಂಗ ಭಂಗಗಳು ನಾಟಕಗಳನ್ನು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗಿಸಿ ಬಿಡುತ್ತಿತ್ತು.

ಈಗಾಗಲೇ ಹೇಳಿದಂತೆ ಸತ್ಯಭಾಮೆ ಪಾತ್ರಧಾರಿಯು ಹರಕು ಸೀರೆಯನ್ನು ಉಟ್ಟು ಬಂದು ನಟಿಸುತ್ತಿದ್ದುದು. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಉಟ್ಟ ಲುಂಗಿಯಲ್ಲೇ ಕೃಷ್ಣ ಪಾತ್ರಧಾರಿ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬರುವಂಥ ಸನ್ನಿವೇಶ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ರಂಗದ ಭಂಗಗಳೇ ಈಗಿನ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ. ಆದರೆ ಅವೆಲ್ಲವನ್ನು ಬದಿಗೊತ್ತಿ ನಾಟಕವನ್ನು ಬಹಳ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಖಂಡಿತ ಕಣ್ಣಲ್ಲ. ಅವನ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದ ನಾಟಕ ಪಠ್ಯದ ಲೋಕ. ಅದು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದುದು ಕಿವಿಯಿಂದ ನಟನ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ. ಇಲ್ಲಿ ದೃಶ್ಯ ಕೇವಲ ಆಕರ ಮಾತ್ರ! ಆದರೆ ಕಾಲ ಬದಲಾದಂತೆ ಕೇಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ನಾವು ಹೆಚ್ಚು ಗಮನ

[illegible]

ಕೊಡಲೇ ಇಲ್ಲ. ಕಿವಿಯಿಂದ ಕೇಳಿ ಮನೋದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ನೋಡಿ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ನಾವು ವಿಮುಖರಾಗಿ ಬಿಟ್ಟೆವು. ಒಂದೇ ನಾಟಕದ ಪಠ್ಯಗಳು ಸಾವಿರವಿದ್ದವು. ಆದರೆ ಕಣ್ಣಿನ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ನಾವು ಬದಲಾದಾಗ ನಾವು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದದು ವಾಸ್ತವನ್ನೇ, ವಾಸ್ತವತೆಯನ್ನೇ ನೇರ ವಾಗಿ ನಾವು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತಿದ್ದದು. ಹಾಗಾಗಿ ಕಣ್ಣಿನ ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೂ ಹೇರಿಕೊಳ್ಳು ವಂತಾಯಿತು. ಮನಸ್ಸಿನ ಸೃಷ್ಟಿ ಕ್ರಿಯೆ ಅಲ್ಲಿಗೆ ನಿಂತು ಬಿಟ್ಟಿತು. ಕಣ್ಣಿಂದ ನೋಡಿದ್ದು. ಕೇವಲ ವಾಸ್ತವ. ಅದಕ್ಕೆ ಕಲ್ಪನೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಕಲ್ಪನೆ ಇಲ್ಲದಿರುವ ಕಾರಣ. ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಶ್ರಮ ಇಲ್ಲದಿರುವ ಕಾರಣ ನಾವು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯರಾಗಿ ಬಿಟ್ಟೆವು ಸೃಜನ ಹೀನರಾಗಿ ಬಿಟ್ಟೆವು. ವಾಸ್ತವತೆಯನ್ನು ಪರಿಭಾವಿಸುವ ಈ ಕಣ್ಣಿನ ಶಕ್ತಿಯಿಂದಾಗಿ ನಮ್ಮ ಅನೇಕ ಸೃಜನ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟೆವು. ಆಗಲೇ ನಮಗೆ ಬೇಕೆನ್ನಿಸಿದ್ದು ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ. ಅದು ನಮ್ಮ ಹೊಸ್ತಿಲಲ್ಲೇ ಸೂಕ್ತ ಸಮಯಕ್ಕಾಗಿ ಕಾಯುತ್ತಾ ಕುಳಿತಿತ್ತು. ವಾಸ್ತವತೆಯನ್ನು ಅರಸಿ ನಾವು ಕಾದು ಕೂತಾಗ ಧಿಗ್ಗನೇ ನಮ್ಮೆದುರು ಬಂದು ನಿಂತಿತು. ಖಂಡಿತವಾಗಲೂ ಅದರ ಆಗಮನ ಆಶ್ಚರ್ಯವೇ.. ಪರಮಾಶ್ಚರ್ಯವೇ.. ವಾಸ್ತವತೆಯನ್ನು ಅಷ್ಟು ಸುಂದರವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಗೂ ಮೀರಿ ಕಟ್ಟಿ ಕೊಡುವ ಕೆಲಸ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಿಂದ ನಡೆಯಿತು

ವಾಸ್ತವತೆಗೆ ಕಟ್ಟು ಬಿದ್ದ ನಾವು ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಹೊಸ ಲೋಕವನ್ನು ಕಲ್ಪನೆ ಮಾಡುವ ಬದಲು ಇಂದ್ರಿಯ ಸುಖಕ್ಕಾಗಿ ಹೊಸ ಹೊಸ ಕನಸುಗಳನ್ನು, ಲೋಲುತತೆಯ ಆಶಯಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ್ದೇವು. ವಿಷಯಾಸಕ್ತಿಯೇ ನಮ್ಮ ನಡುವೆ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿತ್ತು. ಸೌಲಭ್ಯ ವಂಚಿತರು ತಮ್ಮ ಕನಸುಗಳನ್ನೂ ಹಿಂದಿಕ್ಕುವ ವಾಸ್ತವದ ಮಾಯೆಯನ್ನು ಬರಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಕಾಯುತ್ತಿದ್ದರು. ವಾಸ್ತವತೆಯೊಂದಿಗಿನ ನಮ್ಮ ಈ ನಂಟನ್ನು ವಾಸ್ತವ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿದಂಥ ಹಲವು ಕನಸುಗಳನ್ನು, ನಮ್ಮ ಆಸೆ, ಪ್ರಲೋಭನೆಗಳನ್ನು ಅರಿತ ವೃತ್ತಿ ರಂಗ ಭೂಮಿಯು ನಮ್ಮ ಲೋಕಕ್ಕೆ ತಕ್ಕನಾಗಿ ನಾಟಕವನ್ನು ರಚಿಸಲು ಆರಂಭಿಸಿತು. ನಾವು ಈಗಾಗಲೇ ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದ, ವಂಚಿತ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಯೇ ಮಂಡಿಗೆ ಹಾಕಿ ಮೆಲ್ಲುತ್ತಿದ್ದ ನಮಗೆ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯು ಆಕರ್ಷಣೆಯ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿದ್ದಿತು. ರಮ್ಯ ಕಲ್ಪನಾ ಚಿತ್ರಗಳು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬರತೊಡಗಿದ್ದವು. ಅಷ್ಟರಲ್ಲಾಗಲೇ ನಾವು ಈ ವಾಸ್ತವದ ಸೃಷ್ಟಿಗೆ, ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದ ವಾಸ್ತವ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿನ ಪ್ರಲೋಭನೆಗಳಿಗೆ ಮಾರು ಹೋಗಿ ನಮ್ಮ ಕಲ್ಪನಾ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಬಿಟ್ಟುಕೊಟ್ಟು ಇಂದ್ರಿಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒತ್ತು ಕೊಟ್ಟು, ಶರಣಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೆವು. ಈ ಹಿಂದೆ ನಾವು ಓದುಗರ ಗ್ರಹಿಕಾ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ನೋಡಿದಂಥ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳ

ಒಟ್ಟಾರೆ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯನ್ನು ಬದಲು ಮಾಡಿಬಿಟ್ಟಿತು. ವಾಸ್ತವತೆಯ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಅಭಿರುಚಿಯನ್ನು ಕೆಡಿಸಲಾಯಿತು. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ರಂಗಭೂಮಿ ಜನಪ್ರಿಯವಾಯಿತು. ಕಾರಣ ನಾನಾ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ, ನಾನಾ ಸೋಗಿನಲ್ಲಿ ಮನರಂಜನೆಯ ಸರಕನ್ನು ತುಂಬಲಾಯಿತು. ಈಗೀಗ ಹೆಂಗಸರು ಕೂಡ ರಂಗದ ಮೇಲಿನ ಪರಿಕರಗಳಾಗಿ ಬಂದರು. ಅವರ ಬಗೆಗಿನ ಮಾತುಗಳು ಪಠ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಸು ಹೊಕ್ಕಾಯಿತು. ಸೌಂದರ್ಯ ಕೂಡ ಈಗ ಸರಕಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿತು. ವಾಸ್ತವತೆಯ ಕನಸನ್ನು ಎಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಹೇರುತ್ತಿದ್ದರು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಪೋಷಿಸುತ್ತಿದ್ದರು ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಉದಾಹರಣೆಗಳಿವೆ. ಬಾಲಗಂಧರ್ವರಂತೂ ಪೂಜೆಗಾಗಿ ಬೆಳ್ಳಿಯ ತುಳಸಿ ಗಿಡವನ್ನು ಮಾಡಿಸಿದ್ದರಂತೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಚಿತ್ರ, ವಿಚಿತ್ರ ಸರ್ಕಸ್‌ಗಳು, ಅನೇಕ ವಿಚಿತ್ರಗಳು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಜರಗುತ್ತಿದ್ದವು. ಇಂಥ ವಿಸ್ಮಯತೆಯ ಭ್ರಮೆಗಳನ್ನು ಜನ ಬಿಟ್ಟ ಬಾಯಿ ಬಿಟ್ಟ ಹಾಗೆ ಕುಳಿತು ಕೊಂಡು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಇಲ್ಲಿ ಕಲೆ ಕೇವಲ ಗಳಿಕೆಯಾಗಿ. ಸುಖದ ಭ್ರಮೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸಿ ಅಭಿರುಚಿಯನ್ನು ಹಾಳು ಮಾಡಿತು.

೪.೩. ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ

ಈ ಮೊದಲು ಕಲೆ ಗಳಿಕೆಗಾಗಿ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಕೇವಲ ಆಚರಣೆಗಾಗಿ ಇದ್ದಿತು. ಮೌಲ್ಯಗಳ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಗಾಗಿ ಮತ್ತು ದೇವರೊಂದಿಗಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಆಟಗಳು ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದವು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಬಯಲಾಟಗಳಂತೂ ಕೇವಲ ಕಲೆಗಾಗಿಯೇ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದವು. ಆದರೆ ವೃತ್ತಿರಂಗಭೂಮಿಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಾಟಕವನ್ನು ಆರ್ಥಿಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದತ್ತ ತಿರುಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಯಿತು. ೧೮೩೫ರಲ್ಲಿ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಕಾಲಿಟ್ಟ ಫಾರ್ಸಿ ಕಂಪನಿಯ ನಾಟಕಗಳನ್ನೇ ಈ ಎಲ್ಲಾ ತುಚ್ಛೀಕರಣಕ್ಕೆ ಕಾರಣೀಭೂತವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಬಹುದು. ಅವರು ಇಲ್ಲಿ ಬಂದು ಟಿಕೆಟ್ ಮಾರಿ ಹಣ ಗಳಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಶುರುಮಾಡಿದಾಗಿಂದ. ಕಂಪೆನಿಗಳು ನಾಯಿಕೊಡೆಗಳಂತೆ ಭಾರತದ ಉದ್ದಗಲಕ್ಕೂ ಹುಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳತೊಡಗಿದವು. ಏನು ಮಾಡಿದರೆ ಹಣ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬ ಆಲೋಚನೆ ಶುರುವಾಯಿತು. ಜನಾಕರ್ಷಣೆಗೆ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ನಾನಾ ವಿಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ತೋರಿಸಲಾಯಿತು. ಕಾರಣ ಗಳಿಕೆಯೇ ಆಧಾರವಾಗಿದ್ದರಿಂದ ಯಾವ ಕಾರಣಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತೆ ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಬರುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದೇ ಇವರ ಚಿಂತೆಯಾಗಿತ್ತು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಇವರ ಕಾಳಜಿ ಆಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಕೇವಲ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಹಾಜರಾತಿಯೇ ಇವರಿಗೆ ಅದ್ಭುತ ಎನ್ನಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ಹಾಜರಾತಿ ಕಾರಣ ಅವ ದುಡ್ಡು ಕೊಟ್ಟು ನಾಟಕವನ್ನು ನೋಡಲು ಬರುತ್ತಾನೆ. ಅದರಿಂದ ನಾವು ಕಲ್ಪಿಸಿ ಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ ಹದಿನಾಲ್ಕು ಲೋಕಗಳು ಈಗ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಇದ್ದದು ನಮ್ಮ ಕಣ್ಣ ಮುಂದಿನ

ವಾಸ್ತವತೆಯ ಲೋಕ ಮಾತ್ರ. ಅಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ನಾವು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯರಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೆವು. ಹೀಗಿರುವಾಗ ರಸಾನುಭವ ಹೇಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾದಿತು? ರಸಾನುಭವದ ಕಲ್ಪನೆಯು ಇಲ್ಲೇ ಬದಲಾಗಿರಬೇಕು. ಇಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತವತೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಲೋಕದ ಸುಖದ ಕನಸುಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಆನಂದಿಸುವವನೇ ನಿಜವಾದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಎಂದಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಕಾರಣ ಆತ ಒಂದೇ ನಾಟಕವನ್ನು ಒಮ್ಮೆಯೋ...ಎರಡು ಬಾರಿಯೋ...ಇಲ್ಲ ಮೂರು ಬಾರಿ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದ. ಗಳಿಕೆಗಾಗಿ ಜನಾಕರ್ಷಣೆ ಮಾಡಲೇ ಬೇಕಾದ್ದರಿಂದ ಹೆಂಗಸರು ಹೆಚ್ಚು, ಹೆಚ್ಚು ಬತ್ತಲಾಗ ತೊಡಗಿದರು. ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಸಂಗೀತ, ನೃತ್ಯ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಅಡಕವಾದವು. ಕ್ರಮೇಣ ನಮ್ಮ ಸಂವೇದನಾಶೀಲತೆ ನಿಂತು ನೀರಾಗಿಬಿಟ್ಟಿತು.

ಒಂದು ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಕಂಪೆನಿಯ ನಾಟಕಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಸಂವೇದಾನಶೀಲತೆಗೆ ಪುಟಕೊಡುವ ಕೆಲಸಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕೇಳಿದರೆ ಆಶ್ಚರ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಬ್ರಿಟಿಷರ ವಿರುದ್ಧ ಅನೇಕ ನಾಟಕಗಳು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿತವಾದವು. ಆ ನಾಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಬ್ರಿಟಿಷರ ವಿರೋಧವನ್ನು ಸೂಚಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಆ ಸೂಚಿಸಿ ಇಟ್ಟ ಪಠ್ಯಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತಿದ್ದವು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಸೀತಾಪಹರಣದ ರಾವಣ. ರಾವಣ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಬಂದಾಗಲೆಲ್ಲ ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಸಂಗೀತವನ್ನು ನುಡಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಅವನ ಹಾವಭಾವಗಳೂ ಕೂಡ ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯರ ಅನುಕರಣೆಯಾಗಿತ್ತು. ಈ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನದಾಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ. ಇಂಥಾ ಸಂವೇದನೆಗಳನ್ನು ವಾಸ್ತವದ ಆಸೆಗೆ ಬಲಿ ಕೊಟ್ಟದ್ದು ವೃತ್ತಿರಂಗಭೂಮಿ. ರಂಗದ ಮೇಲೆ ವಿಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲದೇ ಕ್ಯಾಬರೆ ಬಂದಿತು. ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳ ವಯ್ಯಾರವನ್ನು ಕುಮಾರ ಗಂಧರ್ವರು ಯಾವ ರೀತಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆಂದರೆ ಅವರು ನಟಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಹಾವಭಾವಗಳು, ದೈಹಿಕ ಚಲನವಲನಗಳು ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳ ದೈನಂದಿನ ಫ್ಯಾಷನ್ ಗೈಡ್ ಆಗಿಬಿಟ್ಟಿತ್ತು..!

ಈ ವಾಸ್ತವತೆಯ ಹುಚ್ಚಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆ ಸೆಳೆದು ಅವನ ಹಣವನ್ನು ವಸೂಲಿ ಮಾಡುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತವತೆಯ ದಾರಿದ್ರ್ಯ ಹೂರಣವನ್ನು ನೋಡುವ ತವಕದಿಂದ ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಹಣ ಕೊಟ್ಟು ರಂಗಭೂಮಿಯೊಳಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕ್ರಮೇಣ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದ. ಅವನ ಸಂವೇದನೆಗಳು ಕೇವಲ ಕೊಳ್ಳುವುದರಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಆಸಕ್ತಿ ವಹಿಸಿತು–ಟಿಕೆಟ್‌ಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ. ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಆಸೆಗೆ ತಕ್ಕ ವಾಸ್ತವಿಕ ಹೂರಣಗಳು ಇದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಟಿಕೆಟ್ ಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅವನಿಗೆ ಇನ್ನೊಂದು ಕಂಪೆನಿಗೆ ಹೋಗುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಇತ್ತಲ್ಲವೇ. ಮೇಲಾಗಿ ಕಂಪೆನಿಗಳು ನಾಯಿಕೊಡೆಗಳಂತೆ ಒಂದರ ಬೆನ್ನ ಹಿಂದೆ ಇನ್ನೊಂದು ಹುಟ್ಟಿದ್ದರಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೂ ಕೂಡ ಸಾಕಷ್ಟು ಆಯ್ಕೆಗಳಿದ್ದವು. ರಂಗ ತಂಡಗಳ

ನಡುವೆ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಇತ್ತು. ವಾಸ್ತವತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಯಥಾವತ್ತಾಗಿ ತರುವ ಸ್ಪರ್ಧೆ. ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿದ್ದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಓಲೈಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಸಾಕಷ್ಟಿದ್ದವು. ಹೊಸದಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಲೇ ಇದ್ದವು.

ಎಲ್ಲದಕ್ಕೂ ಕಂಪೆನಿ ನಾಟಕಗಳನ್ನೇ ದೂರುವುದು ತಪ್ಪಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಕಂಪೆನಿ ನಾಟಕದಿಂದ ಬಂದಂತ ಸಂವೇದನಾಶೀಲ ನಾಟಕಗಳ ದೊಡ್ಡ ಪಟ್ಟಿ ನಮ್ಮ ಮುಂದಿದೆ. ಅಷ್ಟಲ್ಲದೇ ರಂಗಭೂಮಿ ತನ್ನ ನಾಟಕಗಳ ಮೂಲಕ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಸಂಗ್ರಾಮಕ್ಕೆ ಕೊಟ್ಟ ಕೊಡುಗೆ ಯಂತೂ ಅಪಾರ. ಪ್ರಚಲಿತದಲ್ಲಿದ್ದ ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೂ ಕೂಡ ಇಂಥ ಅದ್ಭುತವಾದಂತ ಚಳುವಳಿಯಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಂಡಿರುವುದನ್ನು ನಾವು ನೋಡಿಲ್ಲ. ನೋಡುವುದೂ ಇಲ್ಲ. ಕಟ್ಟು ನಿಟ್ಟಾದ, ಹದ್ದಿನ ಕಣ್ಣಿಟ್ಟು ಕೊಲ್ಲಲೇ ಬಂದಂಥ ಬ್ರಿಟಿಷರ ವಿರುದ್ಧವೇ ಅದೂ ಅವರ ಎದುರೇ ನಾಟಕಗಳನ್ನು ಆಡುವುದೆಂದರೆ ಗುಂಡಿಗೆ ಇರಬೇಕು. ತಮ್ಮ ಪಠ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ ಅಂತ ಧೈರ್ಯವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿತು ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ. ಜೊತೆಗೆ ಇನ್ನೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಸಂವೇದನೆಯನ್ನು ಪೂರ್ತಿ ಕಳೆದುಕೊಂಡಿರಲಿಲ್ಲ ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಈ ನಾಟಕಗಳೇ ಸಾಕ್ಷಿ. ಕಾರಣ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಸೂಚಿತ ಪಠ್ಯಗಳು. ನೇರವಾಗಿ ಹೇಳುವಂತಿಲ್ಲ. ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವಂತೆಯೂ ಇಲ್ಲ. ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಸಂಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿ ನಿತ್ಯವೂ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದ ಸಾಮುದಾಯದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರಿಗೂ ತಿಳಿಸಲೇಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯ ಈ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಕಂಡಿತು. ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಅವರು ಕಾಯಲಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ತಾವಾಗಿಯೇ ಮುಗಿ ಬಿದ್ದು ನಾಟಕಕ್ಕೆ ಬಂದರು. ಇವರು ನಾಟಕ ಪಠ್ಯದ ಮೂಲಕ ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟಂಥ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಅಷ್ಟೇ ಬುದ್ಧಿ ಕೌಶಲದಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದರು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ತಮ್ಮ ಹೋರಾಟವನ್ನು ಇನ್ನೂ ಚುರುಕು ಗೊಳಿಸಿದ್ದರು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಅಕ್ಷಯಾಂಬರ ನಾಟಕ. ಈ ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ದುಶ್ಯಾಸನ ದ್ರೌಪದಿಯ ಸೀರೆಯನ್ನು ಎಳೆಯುವ ಸನ್ನಿವೇಶ. ನಾಟಕದ ಉದ್ದಕ್ಕೂ ಧುರ್ಯೋದನಾದಿ ಈ ಪಾತ್ರಗಳಿಗೆ ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಮಟ್ಟುಗಳನ್ನು ಹಾವಭಾವಗಳನ್ನು ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅಲಂಕರಿಸಿ ಬಿಟ್ರೀಷರನ್ನೇ ಸೂಚಿಸುವಂತೆ ಮಾಡಿತ್ತು. ಜೊತೆಗೆ ದುಶ್ಯಾಸನ ದ್ರೌಪದಿಯ ವಸ್ತ್ರವನ್ನು ಸೆಳೆಯುವಾಗ ದ್ರೌಪದಿ ಕೃಷ್ಣನ ಆಸರೆಗಾಗಿ ಕೂಗಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾಳೆ. ಆಗ ದ್ರೌಪದಿಗೆ ಆಸರೆಯಾಗಿ ಸಿಕ್ಕದ್ದು ಖಾದಿ ಸೀರೆ ಅದು ಗಾಂಧೀಜಿಯವರು ಕೊಟ್ಟದ್ದೆಂದು ಬೇರೆ ಹೇಳಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಅಂದರೆ ಕೆಂಪು ಮೂತಿ ದುಶ್ಯಾಸನನ ಪಾತ್ರದಲ್ಲಿನ ಬಿಟ್ರೀಷರು ಭಾರತಾಂಬೆಯ ವಸ್ತ್ರವನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದಾಗ ಅಂದರೇ

ಭಾರತಾಂಬೆಯೇ ಗಾಂಧೀಜಿಗೆ ಮೊರೆ ಇಟ್ಟಾಗ ಗಾಂಧೀಜಿಯವರು ಖಾದಿ ವಸ್ತ್ರವನ್ನು ಕೊಟ್ಟರು. ಅದೇ ಅಕ್ಷಯಾಂಬರವಾಯಿತು. ಹೀಗೆಂಬ ಸೂಚನೆಯನ್ನು ಕೊಡುವ ನಾಟಕ 'ಅಕ್ಷಯಾಂಬರ'. ಎಷ್ಟು ಸುಂದರವಾಗಿದೆ ಈ ಸೂಚನೆ! ಈ ಕಲ್ಪನೆ. ಬಹುಶಃ ಅಭಿಜಾತ ರಂಗ ಭೂಮಿಗೂ ಇದು ದಕ್ಕದು. ಕಾರಣ ಇಂಥ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಕೊಡುವಂಥ ಸೂಚನೆ ಹೇಗಿರಬೇಕು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಾಟಕಕಾರ ಬಹಳ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸಿದ್ದ. ಈ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಸಂವೇದನೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಇತ್ತು ಎಂದಾದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಬದಲಾಗಿದ್ದು ಎಲ್ಲಿ? ಮತ್ತು ಯಾಕೆ?

ರಾಷ್ಟ್ರಿಯ ಚಳುವಳಿಗಳ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನಾಟಕ ಬದುಕುಳಿಯಿತು. ಅಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ರಾಷ್ಟ್ರಿಯ ಚಳುವಳಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಾಗಿ ತನ್ನದೇ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ಕೊಡಲು ರಂಗಭೂಮಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಹೊಸದೊಂದು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿತು. ಹೊಸ, ಹೊಸ ಪ್ರತೀಕಗಳನ್ನು ನಾಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಗೊಳಿಸಿತು. ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಗಮನಿಸಿದ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಕೂಡ ನೀಡಿದ್ದ. ಹಾಗಿದ್ದ ಮೇಲೆ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ದೂರವಾಗಿದ್ದು ಯಾಕೆ?

ಸ್ವಲ್ಪ ಕಾಲಮಾನದ ವರೆಗೂ ಕಲೆಗಾಗಿ ಕಲೆ ಎಂಬ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಗೂ ಇತ್ತು. ಯಾಕೆಂದರೆ ಗುಬ್ಬಿ ವೀರಣ್ಣನವರ ನಾಟಕಗಳು ಪ್ರಥಮಪಾದದಲ್ಲಿ ಪುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ರಂಜಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ಗುಬ್ಬಿ ವೀರಣ್ಣನವರು ಯಾವುದೇ ಹಣವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಂದ ಪಡೆಯುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಆಗೆಲ್ಲ ಕಲೆಗಾಗಿ ಕಲೆಯೇ ಪ್ರಧಾನವಾಗಿತ್ತು. ಆಗ ಅತ್ಯುತ್ತಮವಾದಂತಹ ನಾಟಕಗಳು ಹೊರಬಂದವು. ಆ ನಂತರವೂ ಬಂದಿಲ್ಲ ಅಂತಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಅನೇಕ ಕಂಪೆನಿಗಳು ಹುಟ್ಟಿಯಾದ ಮೇಲೆ ಕಲೆ ಜೀವನೋಪಾಯವಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿತಗೊಂಡಿತು. ಜೀವನೋಪಾಯ ವಾದಾಗ ಹಣ ಗಳಿಕೆ ಅನಿವಾರ್ಹವಾಯಿತು. ಆಗ ಹಣ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತರಲೇಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕಂಪೆನಿ ನಡೆಸುವವ ತನ್ನ ನಟರಿಗೋಸ್ಕರವಾದರೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಬರುತ್ತಾನೆಂದಾದ ಮೇಲೆ ಅವನ ರಂಜನೆಗಾಗಿ ರಂಗಸಜ್ಜಿಕೆಗಾದರೂ ಹಣ ವಿನಿಯೋಗ ಮಾಡಲೇಬೇಕಿತ್ತು. ಆಗ ಹಣ ಪಡೆಯಲು ಶುರುಮಾಡಿದ. ಹಣ ಎಂಬುದು ಎರಡು ಕಡೆಯಚೂಪಾದ ಕತ್ತಿಯ ಹಾಗೆ. ಕಾರ್ಯಕಾರಣ ಸಂಬಂಧದಿಂದ ವೃತ್ತಿ ರಂಗ ಈ ಕತ್ತಿಯನ್ನು ನುಂಗಿಯಾಗಿತ್ತು. ತನ್ನನ್ನು ತಾನೇ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಸಾದಂರ್ಭಿಕ ಸವಾಲುಗಳಿಗೆ ಎದೆಕೊಟ್ಟು ನಿಲ್ಲುವ ಆತ್ಮಹತ್ಯಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿ ಕೊಂಡಂತೆ. ಯಾವ ಮತ್ತು ಯಾರ ಪ್ರಭಾವಗಳಿಗೆ ಜಗತ್ತು ವಾಲುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನುವ ಕಿಂಚಿತ್ ಸುಳಿವೂ ಅದಕ್ಕೆ ದಕ್ಕಿರಲಿಲ್ಲ. ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಭಾವ, ದೂರದ ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯ ಜಗತ್ತಿನ ಕೈಗಾರೀಕೀರಣದ ಕನಸು, ನಗರೀಕರಣದ ಕನಸು ತಮ್ಮ ನೆಲಕ್ಕೂ ಹರಡುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದರ

[illegible]

ಸುಳಿವು ಇನ್ನೇನು ಸಿಗಲಿದೆ ಎನ್ನುವಾಗ ಊದುವುದನ್ನು ಕೊಟ್ಟು ಒದರುವುದನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ವಿಕ್ಷಿಪ್ತ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ತಾನು ತಾನಾಗೇ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡಾಗಿತ್ತು. ಇದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ತನ್ನ ನಡುವಿನ ಕೊಡುಕೊಳ್ಳುವ ನಿರಾಳ ಸಂಬಂಧವಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಈಗ ವೃತ್ತಿರಂಗದ ಮುಂದಿದ್ದ ಸವಾಲು ತನ್ನ ವೃತ್ತಿಪರತೆಯ ವಿರಾಟ್ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಆಚರಣೆಗೆ ತರುವುದು...!

ಕಂಪೆನಿ ಉಳಿಯಬೇಕಾದರೆ ಹಣ ಬೇಕಿತ್ತು. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಹಣ ಸೇರುವ ಶಕ್ತಿ. ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಈಗ ಜೀವನೋಪಾಯಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಹಣ ತೆಗೆದುಕೊಂಡವರು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ತಣಿಸಬೇಕಾಗಿತ್ತು. ಆರ್ಥಿಕ ಚೌಕಟ್ಟಿಗೆ ಕಲೆಯನ್ನು ಒಪ್ಪಿಸಿ ಆದ ಮೇಲೆ ಎಂಥ ಅಪೇಕ್ಷೆಗಳಿದ್ದರೂ ಅವುಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವಂಥ ಒತ್ತಡ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಮಾಲೀಕನ ಮೇಲೆ ಬಂದೇ ಬರುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ಕಂಪೆನಿಯ ನಾಟಕಗಳನ್ನು ನೋಡಲಿಕ್ಕೆ ಬರುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಹೊಸ, ಹೊಸ ಪಠ್ಯಗಳು ಬೇಕಾದವು. ಆ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ರಂಜನೀಯವಾಗಿ ಸರ್ಮಪಿಸಲು ಹೊಸ ಹೊಸ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯ ಮೊರೆ ಹೋಗುವ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಇತ್ತು.

೪.೪. ಆಧುನಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ

ಪಠ್ಯದ ವಿಭಿನ್ನ ರಚನೆ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕಲ್ಪನೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ದಿನದಿಂದ ದಿನಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಲೇಬೇಕಿತ್ತು. ಎಷ್ಟು ದಿನಗಳ ವರೆಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಒಂದನ್ನೇ ನೋಡಲು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತಾನೆ? ಇವನ ಕೈಗೆ ಈಗ ಹಣ ಬಂದಿದ್ದರಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಾದವು. ವಾಸ್ತವತೆ ಕಲ್ಪನೆ ವಿಸ್ತಾರವಾಗುತ್ತಾ ಅದೆಲ್ಲವನ್ನು ನೋಡತ್ತಾ ಸವಿಯಲು ಒಂದು ವೇದಿಕೆ ಅವನಿಗೆ ಬೇಕಿತ್ತು. ಅದು ರಂಗಭೂಮಿ ಆಗಿತ್ತು. ಹಾಗಾಗಿ ಹಣ ಕೊಟ್ಟರೂ ಸರಿ ಅದನ್ನು ಸವಿಯಬೇಕೆಂದು ಹೋಗುವವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ. ಹಣ ಇಸಿದುಕೊಂಡಾದ ಮೇಲೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಅಪೇಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ತಣಿಸಬೇಕೆಂದು ಛಲದಲ್ಲಿ ನಿಂತವ ಕಂಪನಿಯ ಮಾಲೀಕ. ಕ್ರಮೇಣ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಕಂಪೆನಿಯವ ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ಮೀರಿಬಿಟ್ಟಿತ್ತು. ಗೊಂದಲ ಹುಟ್ಟಿದ್ದೇ ಇಲ್ಲಿ, ಜನರು ನಾಟಕಕ್ಕಾಗಿ ಬಂದರೋ ಇಲ್ಲಾ...ಜನರಿಗೋಸ್ಕರ ನಾಟಕ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದವೋ? ಹಣದ ಶಕ್ತಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲಿ ಇಮ್ಮಡಿಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಿರೀಕ್ಷೆ ಗಳನ್ನು ಭರಿಸಲಾರದೆ ಕಂಪೆನಿ ನಾಟಕಗಳು ಸೋತವು. ಅವನ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲಾಗದಿದ್ದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಇದ್ದ ಅನೇಕ ಮಿತಿಗಳು. ಇಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಳವಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಾಧ್ಯ ವಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಇದೇ ಮಟ್ಟದ ನೀರಿಕ್ಷೆಯನ್ನು ನಾಲ್ಕು ಪಟ್ಟಷ್ಟು ಟೆಲಿವೀಷನ್ ಮೇಲೆ ಇಟ್ಟರೆ ಅದು ಎಂಟು ಹೆಜ್ಜೆ ನಮಗಿಂತಲೂ ಮುಂದಿರುತ್ತದೆ. ಇದೇ ವಾಸ್ತವ ಮತ್ತು ವಾಸ್ತವಾಭಾಸಕ್ಕೆ(ವರ್ಚುವಲ್) ಇರುವ ವ್ಯತ್ಯಾಸ.

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ನಮಗೆ ಸುಖ ಕೊಟ್ಟಷ್ಟು ನಾಟಕ ಕೊಡಲಿಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಅದಕ್ಕೆ ಕಾಲ ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಭದ ಭೌತಿಕ ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಮೀರುವ ಆಯಾಮಗಳಿಲ್ಲ. ವಿಸ್ತಾರವೇ ಹೇಳಿಲಿಕ್ಕೆ ಆಗದಷ್ಟು, ಹೇಳಿ, ಕೇಳಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಪೊಸಿನಿಯಂ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ನಂಬಿದ್ದು ಹೆಚ್ಚೆಂದರೆ ಇಪ್ಪತ್ತು, ಮೂವತ್ತು ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನಾಟಕವನ್ನು ಆಡಬಹುದು ಇಷ್ಟೇ. ಆದರೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಹೊಸ ಮಾಧ್ಯಮ ಕಾಲಿಟ್ಟಾದ ತಕ್ಷಣ ಇಡೀ ಲೋಕದ ಅನೇಕ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದಿಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಿಂದ ಬಯಸಿದ್ದು ಅದೇ. ತಾನು ಕೊಟ್ಟ ಹಣಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ದಿನ ಅದೇ ಹಾಡುಗಳನ್ನು, ಅದೇ ಮ್ಯಾಜಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ನೋಡಿಯಾನು. ಇವರು ಕೂಡ ಏರುತ್ತಿರುವ ಬೆಲೆಗಳಲ್ಲಿ, ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ನಮೂನೆಯ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ನಂಬುತ್ತಾ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಹೆಣಿಯುತ್ತಾ, ಹೇಗೆ ತಾನೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಾರು.. ಬಹುಶಃ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವೇ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಬೀಳಲು ಬಹುದೊಡ್ಡ ಕಾರಣ. ಮೇಲಾಗಿ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ ವಾಸ್ತವತೆಯ ನಶೆಯನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಏರಿಸಿದ್ದರಿಂದ ಆ ಮತ್ತು ಅವನಿಗೆ ರೂಢಿಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮತ್ತಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸುಖವನ್ನು ತಾವು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಿದ್ದ ವಾಸ್ತವತೆ ಕೊಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ್ದರಿಂದ ತನ್ನ ಮೇಲೆ ತಾನೇ ಕಲ್ಲು ಚೆಲ್ಲಿಕೊಂಡಿತು ಎಂದು ಹೇಳುವುದು ತಪ್ಪಾಗುತ್ತದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಇನ್ನೊಂದು ಕಾರಣ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ವಿಪರೀತ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಇರಬಹುದು..

ಆದರೆ, ಕಲಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಈ ಸೋಲನ್ನು ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ಗೋಳಿಕರಣದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನೋಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಇಂಥ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ನಾವು ಹಾಕಿಕೊಂಡಾಗ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯದಿಂದ ನಮಗೆ ಸಿಗುವ ಹರಿವು ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಶಕ್ತಿಗೆ ನಮ್ಮ ಮಿತಿಗೆ ಸಿಗುವ ವಿಸ್ತಾರ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಈ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಭಾವಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕ ಒಳ ತೋಟಿಗಳನ್ನು ಕೆರಳಿಸಿ ಹೊಸದಕ್ಕೆ ಕೈ ಚಾಚುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದುವರೆಗೂ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಇದ್ದದ್ದನ್ನೇ ಆಸ್ವಾದಿಸಿಕೊಂಡು ಸಂತೋಷ ಮತ್ತು ನೆಮ್ಮದಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ ನಮಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯವು ಈ ವಿಸ್ತಾರದ ಹರಿವನ್ನು ನಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಎದುರು ಮಾಡಿ ಅದಕ್ಕೆ ಕೈ ಚಾಚುವಂತೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಖಂಡಿತ ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಯ ವಿಸ್ತಾರವು ಹೆಚ್ಚಿತು. ಇದು ಯಾರ ಸೋಲು..? ಹಾಗಾಗಿ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಸೋಲನ್ನು ಕೇವಲ ಮಾಲೀಕರ ಮೇಲೆ ಹಾಕಿ ಕೈ ತೊಳೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ತಪ್ಪಾಗುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲವೇ, ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಶಕ್ತಿ ಎಲ್ಲಾ ಮಿತಿಗಳನ್ನೂ ಎಲ್ಲಾ

ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನೂ ಕಟ್ಟಿಕೊಡಬಲ್ಲಂಥ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ನಟರು ಕೂಡ ಮತ್ತೊಂದು ಆಯಾಮವನ್ನು ಹುಡುಕಿ ಹೊರಟದ್ದು ಅವರ ತಪ್ಪೂ ಅಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಕಲೆ ಇರುವುದು ಜೀವನೋಪಾಯಕ್ಕೆಂದು ಈಗಾಗಲೇ ನಿರ್ಧರಿಸಿ ಬಿಟ್ಟಾಗಿತ್ತು. ಹಾಗಿದ್ದರೆ ತಪ್ಪು ಯಾರದ್ದು..?

ನಾವು ತಪ್ಪು ಯಾರದ್ದು ಎನ್ನುವ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನೇ ಹಾಕದೇ ಬದಲಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೊಸದಾದ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚ ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಪಲ್ಲಟಗಳನ್ನು ತೆರೆದಿಡುವ ಹೊಸ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿ ಸಮಾಜಕ್ಕೆ ಶಕ್ತಿ ತುಂಬುವ ಸ್ಥಿತಿ ನಿರ್ಮಾಣವಾಗುತ್ತಿತ್ತೇ ವಿನಃ ಯಾರ ತಪ್ಪಿನಿಂದ ಅದು ಬಿದ್ದಿದ್ದೂ ಅಲ್ಲ, ಮತ್ತೊಂದು ಹುಟ್ಟಿದ್ದೂ ಅಲ್ಲ.

ಈ ಬದಲಾದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿದ ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿ ದರ್ಶನವೇ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ. ವೃತ್ತಿ ರಂಗ ಭೂಮಿಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಸೆಳೆಯುವ ಎಲ್ಲಾ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಪರಿಧಿಯಲ್ಲಿ ತನಗೆ ಲಭಿಸಿದ್ದ ಆರ್ಥಿಕ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಮಾಡಿಯಾಗಿತ್ತು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ದಿಕ್ಕುದೆಸೆಯಿಲ್ಲದೇ ಹಿಗ್ಗುತ್ತವೆ ಎನ್ನುವುದು ಅದಕ್ಕೂ ತಿಳಿದಿರಲಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಹಿಗ್ಗಿದಾಗ ಅವರಲ್ಲಿ ತಕ್ಕ ತಯ್ಯಾರಿಯೂ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಈ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿದ್ದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ. ತನ್ನ ಎಲ್ಲಾ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಮೋಡಿ ಮಾಡುವ ತನ್ನ ಎಲ್ಲಾ ಪೋಸುಗಳನ್ನು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಮುದಾಯದ ಮುಂದೆ ಇಡುತ್ತಾ ಬಂದಿತ್ತು. ಅದನ್ನ ತನ್ನದಾಗಿಸಿಕೊಂಡು ವೃತ್ತಿರಂಗಭೂಮಿ ಮುಂದಿನ ಹೆಜ್ಜೆ ಇಡಬೇಕಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ತನ್ನದಾಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅದಕ್ಕೆ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಕೊರತೆಯಿದ್ದಿತು. ಈ ಪ್ರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಯುದ್ಧ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಕಳ್ಳರನ್ನು ಇಲ್ಲವೇ ನಾಟಕದ ನಾಯಕನನ್ನು ಆಕಾಶದಿಂದ ಇಳಿಸುವುದನ್ನ ತೋರಿಸಿದರೆ...ದೇವರನ್ನು ಧಿಗ್ಗನೇ ರಂಗದ ಮೇಲೆ ಇಳಿಸಿದರೆ ಮುಂದಿನ ನಾಟಕದ ತಂತ್ರಗಾರಿಕೆಯ ಹೂರಣವೇನು? ಮತ್ತೆ ಇಂಥದ್ದನ್ನೇ ನೋಡಲು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಬರಲಾರ. ಈಗಾಗಲೇ ಹಣದ ಝಣಝಣ ತನ್ನಲ್ಲಿ ಪಿಸುಗುಡುತ್ತಿದ್ದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೊಸದನ್ನು ನೋಡುವುದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಹಣ ವ್ಯಯ ಮಾಡಲು ಆತ ತಯಾರಿದ್ದ. ಬಂದಂಥ ಹಣದಲ್ಲಿ ಜೀವನೋಪಾಯವೂ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಳವಡಿಕೆಯೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿದ್ದಾಗ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಹತಾಶವಾಯಿತು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ಹುಚ್ಚು ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳ ಮೂಟೆಯನ್ನು ವೃತ್ತಿರಂಗಕ್ಕೆ ಕಟ್ಟಿ ಅದನ್ನು ಎಳೆದೂ ಎಳೆದೂ ಕೃಷ ಮಾಡಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದ. ತನ್ನಿಂದ ಇನ್ನು ಅವುಗಳನ್ನು ಹೊತ್ತಯ್ಯಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ಕುಕ್ಕರಿಸಿತು

ಆಗ ಬಂದದ್ದು ಸಿನೆಮಾ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೆಲ್ಲಾ ಅಲ್ಲಿಗೆ ದಯಮಾಡಿಸಿದ್ದರು. ಅವರಿಗೆ ಮೊದಲು ಸಿನೆಮಾದ ದೊಡ್ಡ ಪರದೆ ನಿಬ್ಬೆರಗಾಗಿಸಿದ್ದರೂ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ವಿಸ್ತೃತ ಪಥ್ಯ ಅಲ್ಲಿದ್ದುದರಿಂದ ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಹಿಂಜರಿಕೆಯಾಗಲಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ತಮ್ಮಲ್ಲಿಯೇ ಸುಪ್ತವಾಗಿದ್ದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಆಮಿಶಗಳನ್ನು ಸಿನೆಮಾದ ದೊಡ್ಡ ಪರದೆ ಈಡೇರಿಸುವ ಭರವಸೆ ಕೊಟ್ಟಾಗಿತ್ತು ಮತ್ತು ಈಡೇರಿಸುವ ಹೆಜ್ಜೆಗಳನ್ನು ಭರದಿಂದ ಇಡುತ್ತಿತ್ತು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೂ ಬೇಕಿದ್ದು ಅದೇ. ತನ್ನ ಆಸೆಗಳೆಲ್ಲ ತನಗಿಂತಲೂ ನಾಲ್ಕು ಪಟ್ಟು ದೊಡ್ಡದಾಗಿ ತನ್ನ ಮುಂದೆಯೇ ಬಂದು ನಿಲ್ಲುತ್ತಿದ್ದವಲ್ಲಾ ಮಾತೂ ತನ್ನ ನಿತ್ಯದ ಮೈಥುನವಾಗಿದ್ದ ವಾಸ್ತವತೆಯ ಬೆರಗು ತನ್ನ ಮುಂದೆಯೇ ತನಗಿಂತಲೂ ತನ್ನ ಆಸೆಗಳ, ಕನಸುಗಳ ಆಕಾರಕ್ಕಿಂತಲೂ ದೊಡ್ಡದಾಗಿ ತನ್ನ ಮುಂದೆಯೇ ಅವಿರ್ಭವಿಸಿತಲ್ಲಾ...! 'ಬಿಟ್ಟರೆ ಕೆಟ್ಟೆವೋ' ಎನ್ನುತ್ತಾ ಬಿಗಿದಪ್ಪಿದ. ಇಲ್ಲಿಗೇ ವೃತ್ತಿ ರಂಗದ ಗೋರಿ ತೋಡಿಯಾಗಿತ್ತು. ಅದರೊಳಗೆ ಅದನ್ನು ತಳ್ಳಲಾಯಿತು.

ರಂಗದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಿನೆಮಾದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಸಾಟಿಯೇ ಇರಲಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ರಂಜನೆಯ ನಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ಸಿನೆಮಾಕ್ಕೆ ಹೊರಿಸಿದ್ದ. ಸಿನೆಮಾ ಹೇಳಿ ಕೇಳಿ ತಂತ್ರಜ್ಞರ ಕಲೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವೇ ಅದರ ಮೂಲ ಪಥ್ಯ. ಅದರ ಮೂಲಕ ಹೊರಡುವುದೇ ಇತರೆ ಪಥ್ಯಗಳು. ಅಂದರೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ತಾಯಿ ಬೇರಿನಂತೆ. ಹಾಗಿದ್ದ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ಎಲ್ಲಾ ಶಕ್ತಿಯಿಂದಲೇ ಅದು ಪ್ರಕಟವಾಗಿತ್ತು. ಮೇಲಾಗಿ ವೃತ್ತಿರಂಗದ ನಟರು ಯಾವುದೇ ಹಿಂಜರಿಕೆಯಿಲ್ಲದೇ ಪಕ್ಕದ ಮನೆಗೆ ಹೋಟವರಂತೆ ಸಿನೆಮಾಗೆ ಹೋದರು. ವೃತ್ತಿ ರಂಗಕ್ಕೆ ಇದ್ದದ್ದು ಒಂದೇ ಸವಾಲು. ಸಿನೆಮಾವನ್ನು ಅನುಕರಿಸುವುದು. ಅದು ಕೆಲವು ಮಜಲುಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯ...ಮತ್ತಿನ್ನೇನು? ಬರುವ ಪಾತ್ರಗಳಿಗೆ ಅಶ್ಲೀಲದ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಹೊರಿಸಿದರು. ಮುಚ್ಚಿಟ್ಟ ಸೌಂದರ್ಯ ಬೆತ್ತಲಾಗತೊಡಗಿತು. ಬೌದ್ಧಿಕ ಕಸರತ್ತಿನ ರಂಗಭೂಮಿ ಮೆಲ್ಲಗೆ ಕಾಲಿಡುತ್ತಿತ್ತು. ಕಲೋಪಾಸನೆಯ ಹೆಸರಿನಲ್ಲಿ ಅಶ್ಲೀಲವನ್ನು ರಂಗದ ಮೇಲೆ ತರುತ್ತಿದೆ ಎಂಬ ಕಾರಣಕ್ಕೆ ಎಲ್ಲರೂ ವೃತ್ತಿ ರಂಗವನ್ನು ಜರೆಯಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಿರೀಕ್ಷೆಗೆ ತಾನು ಉತ್ತರಕೊಟ್ಟೆನೆಂದು ಪೋಸ್ ಕೊಟ್ಟರೂ ವೃತ್ತಿರಂಗ ನಿಧಾನವಾಗಿ ತನ್ನ ಗೋರಿಯೊಳಗೆ ಇಳಿದಾಗಿತ್ತು!

ಒಂದಂತೂ ನಿಜ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನಸ್ಥಿತಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಬಂದಿತು. ಅವನ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇತ್ತು. ಹೊರಗಿನಿಂದ ಬಂದಂಥ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಭಾವಗಳು ಅವನ ಮೇಲೆ ಈಗಾಗಲೇ ತಮ್ಮ ಮೋಡಿಯನ್ನು ಹಾಕಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದವು. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಹರಿವು ನಮ್ಮ ಬದುಕನ್ನ ವ್ಯಾಪಿಸಲು ಮೊದಲ ಹೆಜ್ಜೆ ಇಟ್ಟಿತ್ತು. ಫಾರ್ಸಿ ಕಂಪೆನಿ ಬೀಜ ನೆಟ್ಟಿದ್ದ ಗ್ರಾಹಕನ ಕಲ್ಪನೆ ಈಗ ಚಿಗುರು

ಹೊಡೆದು ಗಿಡವಾಗಿ ಹೂವು ಬಿಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತ್ತು. ಸಿನೆಮಾ ಬರುತ್ತಿದ್ದಂತೇ ಹೂವು ಮಾಗಿದ ಕಾಯಿಯಾಯಿತು. ಮುಂದಿನ ಹೆಜ್ಜೆಯಲ್ಲಿ ಇಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕಾಲಿಡುತ್ತಿದಂತೆ ಈ ಕಾಯಿ ಹಣ್ಣಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿ ಪರಿಪಕ್ವನಾಗುವ ಸ್ಥಿತಿ ತಲುಪಿದ.

ಕೊನೆಯ ಟಿಪ್ಪಣಿ

೧. ಕಂಬಾರ, ಚಂದ್ರಶೇಖರ, ೧೯೯೧, **ಬಹುರೂಪಿ**. ಪ್ರೊ.ಬಿ.ಸಿ.ಅಭಿನಂದನಾಗ್ರಂಥ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು

ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಆಧುನಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ಐದನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಆಧುನಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಸಿನೆಮಾ ಕಡೆ ಒಲವು ತೋರಿದಾಗ ಮನುಷ್ಯನ ಮಿತಿಗೂ ಮೀರಿ ನಿಂತ ಪರದೆ, ಅದರಲ್ಲಿನ ಪಾತ್ರಗಳು ಪರದೆಯಿಂದ ಹೊರಬರುವ ಕಥೆ, ಇವೆಲ್ಲವೂ ಆತನ ಮನಃಪಟಲದಲ್ಲಿ ಆಕಾರಕ್ಕಾಗಿ ಕಾದು ಕುಳಿತಿದ್ದ ಆಸೆಗೆ ಇನ್ನೊಂದು ಆಯಾಮವೆಂದೆನಿಸಿದವು. ಈಗಾಗಲೇ ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ದೊಡ್ಡ ಕನಸುಗಳನ್ನು ಅವನ ಮಿತಿಗೂ ಮೀರಿ ಮೂಡತೊಡಗಿದ್ದವು. ಬಾಹ್ಯದಲ್ಲಿ ಅವು ವಾಸ್ತವಕ್ಕೆ ದೂರವಾಗಿದ್ದರೂ ಸ್ಮೃತಿಯಲ್ಲಿ ಅಡಗಿದ್ದ ಆಶೆಗಳು ಬಯಕೆ ಈಡೇರಿಕೆಯ ಕನಸನ್ನು ಕನವರಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ಈ ಕನವರಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೊರ ಹಾಕಲು ಅಥವಾ ಮತ್ತೊಂದರೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಂಡು ಸಂತೋಷಪಡಲು ಸೂಕ್ತ ಮಾಧ್ಯಮದ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಬೇಕಾಗಿತ್ತು. ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಿಂದ ಪಡೆದ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರೇರಣೆಗಳೂ ಸಾಲದಾದವು. ಅದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಶಕ್ತಿಶಾಲಿಯಾದ, ತಮ್ಮನ್ನು ಸುಸ್ತು ಮಾಡುವ ಅಂದರೆ ಪರಿಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವ ವಾಸ್ತವಭಾಸಕ್ಕೆ ಹಾತೊರೆಯತೊಡಗಿದರು. ಮನಸ್ಸಿನ ಮಂಡಿಗೆ ದೊಡ್ಡದಾಗತೊಡಗಿತು. ತನ್ನ ಮನಃಪಟಲದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ ತುಮುಲಕ್ಕೆ ಘರ್ಷನೆ ಮಾಡಿಸುವ ವಿಸ್ತೃತ ರೂಪ ಅವನಿಗೆ ಬೇಕಾಗಿತ್ತು. ಸಿನೆಮಾ ಈ ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಈಡೇರಿಸುವ ಅವನ ಮನಸ್ಸಿನ ಪ್ರತಿಪಠ್ಯವಾಗಿ ಕಂಡಿತು.

೫.೧. ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಬಾಸದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೊಟ್ಟಮೊದಲ ಆಶಯವೇ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸವನ್ನು ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡುವುದು. ಕೈಗಾರೀಕೀಕರಣವಾಗಲೀ ನಗರೀಕರಣವಾಗಲೀ ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮುಂದು ಮಾಡಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಸ್ವಲ್ಪ ರುಚಿಯನ್ನು ಆಯ್ದ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆ ಹಂಚುತ್ತಾ ಮಿಕ್ಕವರು

ಅದರ ಹಿಂದೆ ಓಡಿ ಬರುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಓಡಿ ಬರುವವರು ಖಾಲಿ ಮನಸ್ಸಿನವರಲ್ಲ ತಮ್ಮ ಸೃಜನಶೀಲ ಶಕ್ತಿಯ ಮೂಲಕ ಅನೇಕಾನೇಕ ಕನಸುಗಳನ್ನು ಹೊತ್ತು ಬರುತ್ತಾರೆ. ಅವೆಲ್ಲಾ ಕನಸುಗಳನ್ನು ಅವರು ಎರವಲು ಪಡೆದಿರುವುದು ಆಯ್ದ ಕೆಲ ಸಮುದಾಯದವರಿಗೆ ದಕ್ಕಿದ್ದ ಆರ್ಥಿಕ ಸುಖದ ವಾಸ್ತವ ಚಿತ್ರಣದಿಂದ. ಮುಂದೆ ತಕ್ಕ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಅವರವರ ಶ್ರಮಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೇ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಯುಗದ ಆಶಯಗಳಿಗೆ ತಮ್ಮನ್ನು ಸಮನ್ವಯ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ರೀತಿಗಣುಗುಣವಾಗಿ ಈ ಕನಸುಗಳು ಸಾಕಾರಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದರೆ ಶೇಕಡವಾರು ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಈ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ? ಏನೇ ಇರಲಿ. ಈ ಕನಸುಗಳು, ಆಶಾಗೋಪುರಗಳೆಲ್ಲಾ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸವೇ. ನಮ್ಮಿಂದಲೇ ಒಡಮೂಡಿದ ಇವುಗಳು ನಮ್ಮ ಸ್ಮೃತಿಯಲ್ಲಿನ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸಗಳು(ವರ್ಚುಯಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ). ಹೊರಗಿನ ಮತ್ತೊಂದು ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದೊಂದಿಗೆ ಮಿಲನಕ್ಕಾಗಿ ಕಾಯುತ್ತಿರುತ್ತವೆ. ಪಕ್ಕದವರೊಂದಿಗೆ ಇವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೂ ಅಸಾಧ್ಯ. ಕಾರಣ ಅವರಲ್ಲೂ ಇಷ್ಟೇ ಆಸೆಗಳು ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಸೆಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಅವರೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಮನಃಪಟಲದಲ್ಲಿನ ಈ ಆಶೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆ ಮಾಡಿದ್ದೇ ಅದರೆ ಮನಸ್ಸು ಮತ್ತಷ್ಟು ದುರ್ಬಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಅವರಿಂದ ಪಡೆದ ಇನ್ನೊಂದಿಷ್ಟು ಆಸೆಗಳು ಸೇರ್ಪಡೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಅಥವಾ ನಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಆಸೆಗಳು ಮತ್ತೊಂದು ಆಯಾಮ ಪಡೆಯುತ್ತವೆ. ಹಾಗಿದ್ದರೆ ಹೊರಗಿನ ವಾಸ್ತವತೆ ಅಥವಾ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದೊಂದಿಗಿನ ಮಿಲನದ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹ್ಯಾಗೆ? ಈ ಮಿಲನದಿಂದ ನಮ್ಮ ವಾಸ್ತವಭಾಸದ ಪೂರ್ಣ ಸುಖದ ಸಾಕಾರ ಹ್ಯಾಗೆ? ಎನ್ನುವುದು ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆ.

ಇದು ಕೇವಲ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯ. ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಸೋತಿದ್ದೂ ಇಲ್ಲೇ. ವಿಪರೀತವಾದ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನೇ ಎದುರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ ಎಂಬ ತಪ್ಪು ಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲಿತ್ತು. ಆದರೆ ಈ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಮನುಷ್ಯನಲ್ಲಿ 'ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸ'ವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದವು. ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಇದು ಅರ್ಥವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಕೇವಲ ಸಣ್ಣ ಪುಟ್ಟ ಮ್ಯಾಜಿಕ್ ಮಾಡಿ ಅವನನ್ನು ತಣಿಸಬಹುದೇನೋ ಎಂದುಕೊಂಡಿತ್ತು! ಸಿನೆಮಾವನ್ನು ಅನುಕರಣೆ ಮಾಡಲು ಮುಂದಾಯಿತು! ವಾಸ್ತವಾಭಾಸಗಳು(ವರ್ಚುಯಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ) ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದಲೇ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಬೇಕಿಲ್ಲ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದ ಬರುವಂಥದ್ದು ಮಾನವನ ಮನಸ್ಸಿನ ಒಂದು ವಿಸ್ತೃತ(ಎಕ್ಸ್‌ಟೆನ್‌ಷನ್)ರೂಪ ಅಷ್ಟೇ.

ಅಂದರೆ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಯೇ ಮೊದಲು ವಾಸ್ತವಾಭಾಸವನ್ನು ನಾವು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಇದೇ ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸ(ಇಂಟರ್ನಲ್ ವರ್ಚುಯಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ). ಅದನ್ನು ಹೊರಗಿನ

ವಾಸ್ತವಭಾಸದ(ವರ್ಚುಯಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ) ಆಕರಕ್ಕೆ ಸಂಯೋಗಿಸುತ್ತೇವೆ. ಸಿನೆಮಾದ ಅಥವಾ ಟೀವಿಯ ಯಾವುದೋ ಪಾತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಯಾವುದೋ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮನ್ನು ನಾವೇ ನೋಡಿಕೊಂಡಾಗ ನಮಗೆ ಸಿಗುವ ತೃಪ್ತಿ ಇದೆಯಲ್ಲ ಇದೇ ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯದಲ್ಲಿ ನಾವು ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಸಂಯೋಗದ ಫಲಿತಾಂಶ. ಬಾಹ್ಯ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಸೃಷ್ಠಿಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯಿರುವುದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಹಾಯದಿಂದ.

ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸವು ಮನೋವಿಸ್ತಾರಕ. ಭ್ರಾಂತಿ ರೂಪದ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಇದಕ್ಕೆ ಇದ್ದರೂ ಸುಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಬಣ್ಣಗಳನ್ನು, ವಿನ್ಯಾಸಗಳನ್ನು, ಆಕೃತಿಗಳನ್ನು ಉಜ್ವಲವಾಗಿ ನಮಗೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತವೆ. "ಭಾಸವಾಗುತ್ತವೆ" ಎಂದಿರೋ ಸುಳ್ಳು. ಭಾಸವಾಗುವುದರಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಈ ಆಯಾಮವನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇದನ್ನು "ಕನಸು" ಎಂದಿರೋ...ಒಂದು ಮಿತಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಹುಟ್ಟಿದಂತವು. "ಕಲ್ಪನಾ ಶಕ್ತಿ" ಅಥವಾ "ರಮ್ಯತೆಯ ಕಲ್ಪನೆ" ಎಂದಿರೋ ರಮ್ಯತೆಯ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ವಾಸ್ತವದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಕಷ್ಟ ಸಾಧ್ಯ. ಒಂದು ವೇಳೆ ಅದು ಸಾಧ್ಯವಾದರೂ ಸಮೀಕರಣ ಸಾಧ್ಯವಾಗದೇ ತೃಪ್ತಿ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅದೇ ರಮ್ಯತೆ, ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾವಕ್ಕೆ ರೂಪುಗೊಂಡರೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಶ್ರಮ ಮತ್ತು ಸಾಧನೆಯ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೆ ತಿರುಗಿಸಿದರೆ ಸಮಾಧಾನದ ಮಾತು ದಿಟವಾಗುತ್ತದೆ.

ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ವಿಸ್ತರಿಸೋಣ. ನಾನು ದೇಶದಲ್ಲಿಯೇ ದೊಡ್ಡ ಶ್ರೀಮಂತನಾಗಬೇಕು ಅಥವಾ ಯಶಸ್ವೀ ಪುರುಷನಾಗಬೇಕೆಂದು ಕನಸು ಕಂಡಿರುತ್ತೇನೆ. ಪ್ರಥಮ ಪಾದದಲ್ಲಿ ಇದು ಕನಸು. ಈ ಕನಸು ಸುಪ್ತವಾಗಿಯೇ ಆಕಾರ ಪಡೆಯುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಕನಸು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಒಳಗಾಗದೇ ಉಳಿದರೆ ಅದು ಕನಸಾಗಿಯೇ ಕರಗುತ್ತದೆ. ಸುಪ್ತವಾಗಿ ಆಕಾರ ಪಡೆಯುವಂಥ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ಏರಿದ್ದೇ ಆದರೆ ಅಂದರೆ ಆಂತರಿಕವಾಗಿಯೇ ಅದಕ್ಕೊಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಠ ರೂಪ ಕೊಡುವಂತಾದರೆ ಅದು ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಮೊದಲ ಪರ್ವ. ನಮ್ಮ ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಅರಿತು ಸಮೀಕರಣಕ್ಕಷ್ಟೇ ನಾವು ಬಯಸಿದರೆ ಕೇವಲ ತೃಪ್ತಿ ಸಾಧ್ಯ. ಬಾಹ್ಯವಾಗಿ ನಾವು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಆಕರಗಳಾದ 'ಬಿಲ್ಡ್ ಯುವರ್ ಎಂಪೈರ್', 'ಬಿಲ್ಡ್ ಯುವರ್ ಕಂಪನಿ' ಮತ್ತಿನ್ನಿತರ ವೀಡಿಯೋ ಗೇಮ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ಆಡುತ್ತಾ ಅದರಲ್ಲಿ ನಮ್ಮನ್ನು ಕಾಣುತ್ತಾ ತೃಪ್ತಿ ಪಡೆಯುತ್ತೇವೆ.

ಇದರ ಮುಂದುವರಿದ ಅರ್ಥವೆಂದರೆ ಯಾವುದೇ ಯಶಸ್ವೀ ಸಾಧನೆ ಪ್ರಥಮ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ಅವರವರ ಮಿತಿಗಳಿಗೆ

ಶಕ್ತಿಗಳಿಗನುಸಾರವಾಗಿ ತೃಪಿಯೋ ಸಮಾಧಾನವೋ ದಕ್ಕುತ್ತದೆ. 'ತೃಪ್ತಿ' ಆರ್ಥಿಕ ಚೌಕಟ್ಟಿನ ಮಾಪನವಾದರೆ 'ಸಮಾಧಾನ' ಸಾಧನೆಯ ಮಾಪನ. ನಮಗಾಗಿ ಮನೆಯೊಂದನ್ನು ಕಟ್ಟಿದಾಗಲೋ ಇಲ್ಲವೇ ಹಸಿದಾಗ ಊಟ ಮಾಡಿದಾಗಲೋ, ಕಷ್ಟದ ಗಳಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರೊಂದನ್ನು ಕೊಂಡಾಗಲೋ ನಮಗೆ ತೃಪ್ತಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮೆಲ್ಲ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡಿಸಿ ಶ್ರಮದಿಂದ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಸಾಧಿಸಿದಾಗ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡಿದಾಗ ಸಮಾಧಾನವಾಗುತ್ತದೆ.

ಹಾಗಾಗಿ ಈ ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತ ಬಾಹ್ಯ ಆಕರವೊಂದು ಬೇಕಿತ್ತು. ಅದನ್ನು ಸಿನೆಮಾ ಪರದೆ ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸಿತ್ತು. ೧೯೫೫ರಲ್ಲಿ ಟೀವಿ ಕಾಲಿಡುವವರೆಗೆ ಸಿನೆಮಾಗಳೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಸಾಪೇಕ್ಷತೆಯ ಚೌಕಟ್ಟಿಗೆ ಹೊರತಾಗತೊಡಗಿದ್ದವು. ಅದರ ಆಕರ್ಷಣೆ ಕಡಿಮೆಯಾಯಿತೆಂದಲ್ಲ. ತನ್ನದೇ ಆದ ಸಾಂಸಾರಿಕ ಮಿತಿಗಳಲ್ಲಿ ಹೊಸದಾದ ಆಕರಕ್ಕೆ ತಡಕಾಡುತ್ತಿದ್ದಾಗ ಟೀವಿ ಬಂದಿತು. ಈ ಟೀವಿಯೇ ಮನುಷ್ಯನ ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸ ವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬೆಳೆಸುತ್ತಾ ಬಾಹ್ಯದ ಸಮೀಕರಣಕ್ಕೆ ತಾನೇ ತನ್ನ ಪಠ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ ಆಕರಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ದಾಸನಾಗುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಂಡಿತು. ಈ ದೃಶ್ಯಮಾಧ್ಯಮವು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸವನ್ನು ಆಂತರಿಕವಾಗಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ನಡೆಸಿದ ಹರ ಸಾಹಸವು ಬಹುಶಃ ಜಗತ್ತಿನ ಇನ್ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾಡಲಾರದು. ಈ ಹಂತದಲ್ಲೇ ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಬೇಕಾದದ್ದು ಏನೆಂದರೆ, ಟೀವಿಯಂತೆ ಇನ್ನಿತರೆ ಹೊಸ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ದೃಶ್ಯ ಮಾಧ್ಯಮವೇ. ಅವುಗಳನ್ನು ಅರಿಯಲು, ನಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು, ಇಲ್ಲವೇ ಅವುಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನ ಸಾಧ್ಯಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಕಣ್ಣನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಅವಲಂಬಿಸಬೇಕಿರುವುದರಿಂದ ಅವೂ ಕೂಡ ದೃಶ್ಯ ಮಾದ್ಯಮದ ಆಕರಗಳೇ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್(ಹೀಗೆಂದಾಕ್ಷಣ ಇಂಟರ್ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರುವ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಟ್ವಿಟರ್, ಯೂ ಟ್ಯೂಬ್ ಮುಂತಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲ ತಾಣಗಳೂ ಸೇರಿಕೊಂಡುಬಿಡುತ್ತವೆ) ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್, ಟ್ಯಾಬ್, ಐಪ್ಯಾಡ್, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು.

೫.೨. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ: ಮಾಧ್ಯಮ: ಮನೋಧರ್ಮ

ರಂಗಭೂಮಿ, ಸಿನಿಮಾ, ಪತ್ರಿಕೆ ಮತ್ತಿನ್ನಿತರೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು, ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ರಂಜನೆಯನ್ನು ಕೊಟ್ಟು ಜೊತೆಗೆ ಒಂದಿಷ್ಟು ಕಲಿಕಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅವನ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವ ಸಹಾಯವನ್ನು ಮಾಡಿತು–ಇಲ್ಲವೆಂದಲ್ಲ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ತಣಿಸಲು ಟೀವಿ ೧೯೩೦ರ ಸುಮಾರಿಗೆ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಲಿರಿಸಿತು. ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ತರಂಗಾಂತರ

ಮುಖಾಂತರ ಮತ್ತು ಅದೇ ಸಂಕೇತಿಸುವ ಮತ್ತು ವಿಸಂಕೇತಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲೇ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಮನೆ ಮನೆಗೂ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು, ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಸಂಕೇತಗಳ ಮೂಲಕ ರವಾನಿಸಿತು.

ಮೊದಮೊದಲು ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನನ್ನು ಆಡಳಿತ ರೂಢರು ತಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಆಡಳಿತದ ಮುನ್ನೆಡೆಗಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಂಡರು. ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ಟೀವಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಒಲವಿಗೆ ಪಾತ್ರವಾಗಿ ಆತನನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ಅವಲಂಬಿಸಿ, ಅವನನ್ನೇ ತಮ್ಮ ಮೂಲ ಆಸಕ್ತಿ ಕೇಂದ್ರವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡವು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕೂಡ ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನನ್ನೇ ತಮ್ಮ ಮೂಲ ಆಸಕ್ತಿ ಕೇಂದ್ರವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡರು. ಈ ಕೊಡು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ವ್ಯವಹಾರ ಬಹುಶಃ ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಿಂತಲೂ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸರಾಗವಾಗಿ ನಡೆಯಿತು. ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಈ ವ್ಯವಹಾರವು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಬಂದಿತ್ತು. ಆನಂತರ ಬಂದಂಥ ರೇಡಿಯೋ ಸಿನಿಮಾದ ಆಶ್ಚರ್ಯ ಮತ್ತು ಬೆರಗುಗಳು ಇವರನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸೆಳೆದು ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ಅವರ ಬೇಡಿಕೆಗಳ, ಆಸೆಗಳ ಈಡೇರಿಕೆಗಾಗಿ ಮುಂದಾದುವು. ಆದರೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಅದ್ಭುತವಾದಂತಹ ಸಾಂಸಾರಿಕ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಒದಗಿಸಿತ್ತಲ್ಲದೇ ಅದೇ ಚೌಕಟ್ಟಿನೊಳಗಿನ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಪಾಲ್ಗೊಂಡಿತು. ಇದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಟೀವಿ ಬಹಳ ಜನಪ್ರಿಯವಾಯಿತು. ರಂಜನೆಗಾಗಿ ಟೀವೀಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಬಂದವು. ನಂತರ ಸುದ್ದಿಯ ಬಿತ್ತರಣೆ ಕೂಡ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು.

ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯರಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಳವಡಿಕೆ ಆರ್ಥಿಕ ಸಹಾಯವನ್ನೇ ಹೆಚ್ಚು ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಜನರ ಬೇಡಿಕೆಗಳು ಕೂಡ ಅಲ್ಲಿದ್ದ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಕರ್ಯದಷ್ಟೇ ವಿಸ್ತಾರ ಹೊಂದಿದ್ದರಿಂದ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಮತ್ತು ಅದರಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತಿದ್ದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾದವು. ಸಾವಿರದ ಒಂಭೈನೂರ ಮೂವತ್ತೊಂದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಸಾವಿರದ ಒಂಭೈನೂರು ಮುವತ್ತೊಂಭತ್ತರಲ್ಲೇ ಅತಿ ಸಣ್ಣದಾದ ಪ್ಲಾಸ್ಮಾ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಹೊರ ಬಂದಿತು. ಅಂದರೆ ಅದರ ಜನಪ್ರಿಯತೆಗೆ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಬೇಡಿಕೆ ಹೇಗಿತ್ತು ಎಂಬುದರ ಅಂಶಕ್ಕೆ ಪುಷ್ಟಿ ಕೊಡುತ್ತದೆ. ಕೇವಲ ಎಂಟು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ವಿಸ್ತೃತ ರೂಪಗಳನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಬೇಡಿದರು. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಕೊಟ್ಟಿತ್ತು. ಭಾರತಕ್ಕೆ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಬಂದರೆ, ಸಾವಿರದ ಒಂಭೈನೂರ ಐವತ್ತೊಂಭತ್ತರಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರದ ದೂರದರ್ಶನ ವಾಹಿನಿಯ ಪ್ರಾರಂಭದೊಂದಿಗೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಟ್ಟಿತು. ಸಿನಿಮಾ ನೋಡಲು ಪ್ರತಿ ಬಾರಿ ತನ್ನ ಹೆಂಡರ ಮಕ್ಕಳ

ಜೊತೆಗೋ, ಇಲ್ಲ ತಾನೊಬ್ಬನೆಯೋ ಸಿನಿಮಾ ಮಂದಿರ ಇದ್ದ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಹೋಗಿ ಸಿನಿಮಾವನ್ನು ಆಸ್ವಾಧಿಸಿ ಬರುವುದು ಕೆಲಸವಾಗಿತ್ತು. ಆದರೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಬಂದಾದ ನಂತರ ಅವನ ಕೋಣೆ ಯೊಳಗೆ ಅದು ನಿಂತುಬಿಟ್ಟಿತ್ತು. ಈಗ ಇಡೀ ಸಂಸಾರ ಬಹಳ ಆತ್ಮೀಯವಾಗಿ ಅಪ್ಯಾಯಮಾನವಾಗಿ ಟೆಲಿವಿಷನೊಂದಿಗೆ ಸಮಯ ಕಳೆಯಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಇವರ ಈ ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಇಂಬುಕೊಟ್ಟಿದ್ದು ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರುವಂಥ ಪಠ್ಯಗಳು. ಹೇಳಿ ಕೇಳಿ ಕಥೆ ಹೇಳುವ ಹಾಗೂ ಕೇಳುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಳೆದು ಬಂದ ನಮಗೆ ಕಥೆಗಳು ಬೇಕಿದ್ದವು. ರಂಗಭೂಮಿಯೊಂದಿಗಿನ ನಂಟು ಇನ್ನು ಕಳಚಿರಲಿಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ, ಆಗಲೇ ಹವ್ಯಾಸಿ ರಂಗಭೂಮಿ ತನ್ನ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರಿತು. ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿಯ ಒಂದಷ್ಟು ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು ಅಲ್ಲಲ್ಲಿ ಜರುಗುತ್ತಿದ್ದವು. ಮಹಾರಾಷ್ಟ್ರದ ಕಡೆ ಹೊರಟರಂತೂ ವೃತ್ತಿ ರಂಗಭೂಮಿ ಬಹಳ ಸಮೃದ್ಧಿಯಾಗಿತ್ತು. ಮೇಲಾಗಿ ಕಲೆಗಳನ್ನು ಉಳಿಸಬೇಕೆಂಬ ಕೂಗು ಬುದ್ಧಿಜೀವಿಗಳ ಮಟ್ಟದಲ್ಲೇ ಟೀವಿಯನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಅನೇಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಆಗಲೇ ಬಿತ್ತರವಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಇದರ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ಎಲ್ಲರನ್ನು ತಟ್ಟಿತ್ತು. ಹೀಗಾಗಿ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮನರಂಜನೆಯ, ಮೌಲ್ಯ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ನಾವು ಬಿಟ್ಟುಕೊಟ್ಟಿರಲಿಲ್ಲ.

ಟೀವಿ ಬಂದಾಕ್ಷಣ ಮಾಡಿದ್ದು ಅದನ್ನೇ. ಕಥೆ ಹೇಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ಶ್ರವ್ಯದ ಮೂಲಕ ನಮಗೆ ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟಿತ್ತು. ಮನೆಯೊಳಗೆ ಕುಳಿತು ಇದನ್ನು ನೋಡುವುದು ಆಶ್ಚರ್ಯವೆನಿಸಿದರೂ ಕೂಡ ನಮಗದು ಬಹಳ ಪ್ರಿಯವಾಯಿತು. ಹಾಯ್ ಎನಿಸಿತ್ತು. ಕಾರಣ ದೂರ ಹೋಗಬೇಕಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ರಂಗಭೂಮಿ ಅಥವಾ ಸಿನಿಮಾ ಮಂದಿರಕ್ಕೆ ಹೋಗಿ ಅಲ್ಲಿಯ ಖರ್ಚನ್ನು ಭರಿಸಬೇಕಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಮನೆಮಂದಿಯೆಲ್ಲಾ... ಬೇಕಿದ್ದರೆ ನೆಂಟರಿಷ್ಟರು ಕಲೆತು ಟೀವಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಆಸ್ವಾಧಿಸುತ್ತಾ ತನ್ನ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಆಗಿನ ಟೀವಿ ತೋರಿಸಿಕೊಟ್ಟಿತು. ಹಾಗಾಗಿ ಟೀವಿ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಯಿತು.

ಮೊದ ಮೊದಲು ಕಥೆ ಹೇಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ಟೀವಿ ನಮಗೆ ನಿಜಕ್ಕೂ ದೊಡ್ಡ ಬೆರಗನ್ನೇ ತಂದಿತು. ಜನಪದ ಕಥೆಯಲ್ಲಿ ಬರುವಂಥ ಮಾಯ ಕನ್ನಡಿಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯೇ ನಮಗೆ ಎದುರಾಯ್ತು. ಇದುವರೆಗೂ ಕಥೆಗಳಲ್ಲೇ ಕಂಡಿದ್ದ ಮಾಯಾ ಕನ್ನಡಿಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಈಗ ನಮ್ಮ ಎದುರೇ ನಮ್ಮ ಮನೆಯ ಕೋಣೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಬಂದು ಕುಳಿತಿತ್ತು. ಈ ಮಾಯ ಕನ್ನಡಿಯ ಉಪಯೋಗಗಳು ಏನು..? ಜನಪದ ಕಥೆಯಂತೆ ಅಷ್ಟ ಲೋಕಗಳ

[illegible]

ನಡಾವಳಿಗಳನ್ನು, ಕಥೆಗಳನ್ನು, ರೋಚಕತೆಗಳನ್ನು, ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು, ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು, ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ತೆರೆದಿಡುವ ಸಾಧನ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಆಗಿತ್ತು. ಕಾಲಕ್ರಮೇಣ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ತನ್ನ ಪಠ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಸಾಬೀತು ಪಡಿಸಿಕೊಂಡಿತು. ನಾವು ಕೂಡ ಬೆರಗಾಗಿ ಕಣ್ಣಗಲಿಸಿ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಆಸ್ವಾದನೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದೆವು. ಅದರ ಗೀಳು ಎಷ್ಟಾಯಿತು ಎಂದರೆ ಈ ವರೆಗೂ ಕೂಡ ಅನೇಕ ಬುದ್ಧಿಜೀವಿಗಳು ಇಲ್ಲವೇ ನಾಟಕಕಾರರು, ಸಿನಿಮಾ ನಿರ್ಮಾಪಕರು ತಮ್ಮೆಲ್ಲಾ ಕಲೆ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಬಂದಾಗಿನಿಂದ ಬಡವಾದವು ಎಂದು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುವುದುಂಟು. ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗಿನಿಂದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬರೀ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸಿತಲ್ಲದೇ, ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ವಯೋಮಾನದ ವರನ್ನು ಮತ್ತು ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ತೃಪ್ತಿ ಪಡಿಸುವ ಕಾರ್ಯಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಿತು. ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಬಂದವು. ವೃದ್ದರಿಗಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಬಂದವು. ಬುದ್ಧಿ ಜೀವಿಗಳಿಗೂ ಬಂದವು. ಓದಿಲ್ಲದವರಿಗಾಗಿ, ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿಗಾಗಿ ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿಟ್ಟು ಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾದವು. ಜೊತೆಗೆ ನೇರಪ್ರಸಾರದ ಭರ್ಜರಿ ಅವತರಣಿಕೆಯನ್ನು ನಾವು ಆನಂದಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ್ದೆವು.

ಬಹಳ ಕಾಲದವರೆಗೂ ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಇದ್ದದ್ದು ಸರ್ಕಾರದ ಸಾಮ್ಯತೆಯಲ್ಲಿದ್ದ ದೂರದರ್ಶನ ವಾಹಿನಿ ಮಾತ್ರ. ದೂರದರ್ಶನವು ನಮ್ಮ ಪ್ರಾಂತೀಯ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲೂ ಕೂಡ ತನ್ನ ಪ್ರಸಾರ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಅಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಕಥೆ ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿ ಪ್ರಾರಂಭ. ಒಂದು ಹಂತದಲ್ಲಿ ಇಷ್ಟೊಂದು ಲೋಕಗಳನ್ನು ಚಿಕ್ಕ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಕೂಡಿಟ್ಟು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಡುತ್ತಿದ್ದದು...ಆಶ್ಚರ್ಯವೇ ಸರಿ. ಮೇಲಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮನೆಯ ಮೂಲೆಯಿಂದಲೇ ಅಷ್ಟ ದಿಕ್ಕುಗಳು, ಅಷ್ಟ ದಿಕ್ಕುಗಳ ಸಮಾಚಾರವು, ಅಷ್ಟ ದಿಕ್ಕುಗಳ ಜನಜೀವನ ಪ್ರಸ್ತುತವಾಗುತ್ತಿದ್ದದ್ದು ನಮ್ಮೆಲ್ಲರಿಗೂ ಅನುಕೂಲ ಸಿಂಧುವಾಗಿತ್ತು.

ಆದರೆ ದಿನಗಳು ಕಳೆಯುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಬಣ್ಣದ ಟೀವಿಗಳು ಹಳೆಯ ಕಪ್ಪು ಬಿಳುಪು ಟೀವಿ ಗಳನ್ನು ಹೊರಗಿಡಿಸಿ ಒಳಗೆ ಕಾಲಿಡುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ನಮ್ಮ ಮಿತಿಗಳು ಗರಿಗೆದರಿ ಮತ್ತೇ ಹೊಸದೊಂದನ್ನು ಬೇಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತು. ಅನೇಕಾನೇಕ ರುಚಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದ ರಾಷ್ಟೀಯ ವಾಹಿನಿ ನಮಗೆ ಸಾಕಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಬಣ್ಣದ ಟೀವಿಯಿಂದ ಹೊರ ಬಂದ ಚಿತ್ರಗಳು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಮತ್ತಿಷ್ಟನ್ನು ನೋಡುವ ಕನವರಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿಬಿಟ್ಟಿತ್ತು.

ಈಗಾಗಲೇ ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೊಂದು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಗಿತ್ತು. ಆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ, ಹೊಸ ಆಸೆಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದ್ದವು. ಈಗ ನಮ್ಮ ಕನಸು ಕಪ್ಪು ಬಿಳುಪಿ

ನಿಂದ ಬಣ್ಣದ ಕಡೆಗೆ ತಿರುಗಿತ್ತು. ಬಣ್ಣದ ದೃಶ್ಯಗಳನ್ನು ನೋಡುವುದು ನಮಗೆ ಏನೋ ಹೊಸದೇನಿರಲಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಬಣ್ಣದ ಸಿನಿಮಾಗಳನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೆವು. ಆದರೆ ನಮ್ಮ ಮನೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಆ ಪಾತ್ರಗಳು ಬಂದು ಕುಣಿದಾಡತೊಡಗಿದರೆ, ಅದೂ ಬಣ್ಣದಲ್ಲಿ... ಯಾರಿಗೆ ಬೇಡ. ಮತ್ತೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ಯಾರಿಗೆ ಬೇಡ. ಹೊಸ ಬಣ್ಣಗಳಲ್ಲಿ ಯಾಕೆ ಕುಣಿಯಬಾರದು. ಯಾಕೆ ಬರಬಾರದು? ಬಣ್ಣದ ಮೂಲಕ ಬಂದಂಥ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಇನ್ನಷ್ಟು ಬಣ್ಣದಾಗಿರಬಹುದಲ್ಲದೇ? ಹೀಗೆ ಹೊಸ, ಹೊಸ ಆಸೆಗಳು ಚಿಗುರೊಡೆದವು. ಮೇಲಾಗಿ ಬದಲಾದ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂದರ್ಭವು ಹೊಸದನ್ನು ಕೇಳುವ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಹೇರುತ್ತಾ ಸಾಗಿತ್ತು. ಕಲರ್ ಟೀವಿ ಕಾಲಿಟ್ಟಾಕ್ಷಣ ನಮಗೆ ಬೇರೊಂದು ಹೊಸದೊಂದು ಬೇಕು ಎನ್ನುವ ತಹತಹ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗುತ್ತಾ ಹೋದಾಗ ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ ಹೊಸ, ಹೊಸ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿತು. ಈಗ ಶುರುವಾಯ್ತು ನೋಡಿ ದೊಂಬರಾಟ.

ಮನುಷ್ಯನ ಮಾನಸಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ ಹಾಗೆ. ತಾನು ಇದ್ದ ಹಾಗೆ ಇದ್ದರೆ ತನ್ನ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿ ಒಂದೇ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಇದ್ದರೆ, ಅದನ್ನೇ ಬೆಳೆಸಿಕೊಂಡು, ಉಳಿಸಿಕೊಂಡು ಅದರಲ್ಲಿಯೇ ತೃಪ್ತಿ ಪಡೆಯುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಾನೆ. ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಕಾಲಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಅವನಿಗೆ ಈ ಸ್ಥಿತಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಏರುಮುಖಿಯಾಗಿ ಸಾಗುತ್ತಿದ್ದರೆ ಅವನ ಆಸೆಗಳಿಗೆಲ್ಲಾ ರೆಕ್ಕೆ ಕೊಟ್ಟು ಮತ್ತೊಂದನ್ನು ಕಾತುರದಿಂದ ನೋಡತೊಡಗುತ್ತಾನೆ. ಹಳೆಯದನ್ನು ಬಿಸುಡುತ್ತಾನೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದ ಮನುಷ್ಯನಿಗೆ ಇಲ್ಲಿಯ ವರೆಗೂ ತನ್ನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ತನ್ನನ್ನು ನಡೆಸಿಕೊಂಡು ಬಂದಂತ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಆಕರಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾದ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ಹೊಸದೊಂದನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವ ಭರದಲ್ಲಿ ಹಳೆಯದರ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ಮಾರುಮಾತಿಲ್ಲದೇ ಬಿಸುಡುತ್ತಾನೆ. ಏಕಾಏಕಿ ಅದರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಾದವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಆತ ಸಿದ್ಧನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೇ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ ಕೂಡ. ಸಣ್ಣ ಉದಾಹರಣೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡರೆ ಮನೆಯಲ್ಲೇ ಹೆಣ್ಣು ಮಗಳು ಒಬ್ಬಳು ತಾನು ಸಂಸಾರ ಶುರು ಮಾಡಿದ್ದಾಗಿನಿಂದ ತನ್ನ ಜೊತೆಗೆ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಂತಹ ಓಲೆಯಾಗಿರಬಹುದು, ಕುಕ್ಕರ್ ಆಗಿರಬಹುದು ಅದರ ಜೊತೆಗೆ ನಿಕಟವಾದ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾಳೆ. ಅದು ಎಷ್ಟೇ ಹಳೆಯ ದಾದರೂ ಆಕೆ ಅದನ್ನು ಎಸೆಯಲು ತಯಾರು ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ತಾನು ಕಷ್ಟ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಇದ್ದಾಗ ಅದರಲ್ಲೇ ಅಡುಗೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದದ್ದು. ಅದರಲ್ಲಿನ ಅಡುಗೆಯನ್ನು ತಿಂದೇ ಅವರ ಸ್ಥಿತಿ ಸುಧಾರಿಸಿದ್ದು. ಮಕ್ಕಳು ದೊಡ್ಡವರಾಗಿದ್ದು. ಮದುವೆ ಆಗಿದ್ದು. ಮಕ್ಕಳಿಗೂ ನೌಕರಿ ಸಿಕ್ಕಿದ್ದು.

ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿ. ಆದರೆ ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಬಂಧಗಳು ಕಲ್ಪಿತವಾದಾಗ ಈ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧಗಳಿಗೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಟ್ಟುವುದಿರಲಿ, ಅದರ ಐತಿಹಾಸಿಕ, ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಆಸಕ್ತಿಯೂ ಕೂಡ ನಮಗೆ ಇಲ್ಲವಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇಡವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಯೇ ನಮ್ಮ ರಂಗಭೂಮಿ ಯೊಂದಿಗಿನ ಸಂಬಂಧವು ಕೂಡ. ಶತಮಾನಗಳಿಂದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಜೀವನ ಪದ್ಧತಿಯೊಂದನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟಿದ್ದ ರಂಗಭೂಮಿಯನ್ನು ಏಕಾಏಕಿ ಮುರಿದುಕೊಳ್ಳಲು ನಾವು ಸಿದ್ಧರಾಗಿ ನಿಂತು ಬಿಟ್ಟೆವು. ಮುರಿದುಕೊಂಡೆವು. ಮತ್ತೆ ನಾವು ರಂಗಭೂಮಿಗೆ ಮುಖ ಮಾಡಿದ್ದು ಕೇವಲ ಅನುಕಂಪ ದಿಂದಾಗಿಯೇ ಹೊರತು, ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಅಲ್ಲ. ಇದು ಮನುಷ್ಯನ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾನಸಿಕ ಸ್ಥಿತಿ. ಈಗಲೂ ಹಾಗೇ ಆಗಿದ್ದು. ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಕಾಲಿಟ್ಟ ಕೆಲವೇ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಅವನಿಗೆ ಅದರ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳ ಅರಿವು ಹೆಚ್ಚಾಯಿತು. ತಿಳಿಯತೊಡಗಿತು. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಇನ್ನೂ ಅನೇಕ ವಾದವು ಗಳನ್ನು ಬೇಡಲು ಶುರುಮಾಡಿದ. ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಹಾಗೇ ಹೊಸ ಹೊಸ ವಾಹಿನಿಗಳು ಕಾಲಿಟ್ಟವು. ವಾಹಿನಿಗಳ ಪಠ್ಯವು ಕಾಲಿಟ್ಟಿತು. ಅದರ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಪ್ರಪಂಚವೂ ತೆರೆದುಕೊಂಡಿತು.

ಈ ಮೊದಲು ಕೆಲವು ಸಿದ್ಧಾಂತಗಳಲ್ಲಿ ಹೇಳಿದಂತೆ ಟೀವಿ ನೋಡುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಅರ್ಹತೆಗಳಿರಬೇಕಾದ್ದಿಲ್ಲ. ಕೆಲವೊಂದನ್ನು ಬಿಟ್ಟರೆ. ಅದೇನೆಂದರೆ ಟೀವಿಯನ್ನು ಮನೆಗೆ ತರಲು ಹಣ ಮತ್ತು ಕೂತು ನೋಡಲು ಸಮಯ ಇವಿಷ್ಟಿದ್ದರೆ ಸಾಕು. ಜೊತೆಗೆ ಬಣ್ಣದ ಲೋಕಗಳು ಸಣ್ಣ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯಲ್ಲೇ ಆವಿಷ್ಕಾರಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅವನ ಬೇಡಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಚಾನೆಲ್ ವಾಹಿನಿಗಳು ಬಂದಾಗ ಪಠ್ಯಗಳು ಹೆಚ್ಚಾದಾಗ, ಆಯ್ಕೆಗಳು ಕೂಡ ಈಗ ಮುಂದಾದವು. ಟೀವಿ ಬಂದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಎಲ್ಲರೊಡನೆ ಒಂದಾಗಿ ಟೀವಿಯನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದ. ಕಾರಣ ಟೀವಿ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಆಕರ್ಷಣೆಯ ಮತ್ತು ಬೆರಗಿನ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿತ್ತು. ಎಲ್ಲರೂ ಬೆರಗು ಕಣ್ಣಿಂದ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರು. ಆಶ್ಚರ್ಯದಿಂದ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರು. ನಾವಿನ್ನೂ ಕಥೆಯನ್ನು ಕೇಳುವ, ನೋಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಆನಂದ ಪಡುತ್ತಿದ್ದ ಸಮಯವದು. ಈಗ ಅದು ಇಲ್ಲವೆಂತಲ್ಲ, ಆದರೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಬದಲಾಗಿದೆ. ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಪರಿ ಬದಲಾಗಿದೆ. ಅವನ ಆಯ್ಕೆಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಪಠ್ಯಗಳು ಶುರುವಾದವು, ವಾಹಿನಿಗಳು ಶುರುವಾದವು. ಈಗ ಸುದ್ದಿ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಬರುತ್ತಿದ್ದ ಪಠ್ಯಗಳು ಎಲ್ಲರ ಆಕರ್ಷಣೆಯ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿತ್ತು. ಕಾರಣ, ಅಷ್ಟೂ ಲೋಕಗಳ ಸುದ್ದಿ ಯಥಾವತ್ತಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮನೆಯ ಕೋಣೆಗೆ ಬಂದರೆ ಹೇಗಿರಬೇಡ?! ಜನಪದ ಲೋಕದ ಕನ್ನಡಿಯಂತೆಯೇ ಟೀವಿಯನ್ನು ಪರಿಭಾವಿಸಿದೆವು. ಆಯ್ಕೆಗಳು ಬೇಕೆನಿಸಿದ್ದಾಗ ಅವು ಬಂದಾಗ ಮೆಲ್ಲಗೆ ಟೀವಿ

ಪರಿಭಾವಿಸುವ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ಬದಲಾಯಿತು. ಸಾಕಷ್ಟು ಮಾತುಗಳು ಕೇಳಿಬಂದವು. ಟೀವಿ ನೋಡುವವರು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲ. ವೀಕ್ಷಕರು ಎಂದು. ಇಲ್ಲಿ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿದ್ದಂತೆ ಜೀವಂತ ನಟರೊಂದಿಗೆ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಅಂಶ ನಿಜ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಹಾಯದಿಂದ ಎಂದೋ, ಎಲ್ಲೋ ಮಾಡಿದ ಚಿತ್ರೀಕರಣವನ್ನು ಮತ್ತೆ ಇನ್ನೆಲಿಂದಲೋ ಪ್ರಸಾರಿಸಿ, ದೇಶದ ಅಷ್ಟೂ ಮೂಲೆಗಳಿಗೂ ಚಿತ್ರಣವು ಮೂಡುವ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಸಮಯ ಸಾಕಷ್ಟು ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಾಕಷ್ಟು ಜನ ಇದರಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಆ ಕಥೆಯು ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಟೀವಿಯಲ್ಲಿ ಮೂಡಿದಾಗ ತತ್‌ಕ್ಷಣದ ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಯಾರೂ ಕಾಯುವುದಿಲ್ಲ. ನಿರ್ಮಾಪಕನಾಗಲಿ, ನಟನಾಗಲಿ ಇನ್ನೂ ಯಾರೇ ಆಗಲಿ, ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಕಾಯುವವರಲ್ಲ. ಯಾಕೆಂದರೆ, ಅವರು ಯಾರೂ ಅಲ್ಲಿರುವುದಿಲ್ಲ.. ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಕೇವಲ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ, ಅಂದರೆ ಅಲ್ಲಿರುವ ಟೀವಿ ಸೆಟ್. ಹೀಗಿರುವಾಗ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ ಇಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ, ಈತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಲ್ಲ.. ಕೇವಲ ವೀಕ್ಷಕ ಎಂದು ಹೇಳುವವರೂ ಇದ್ದರು. ಈಗಲೂ ಇದ್ದಾರೆ.

ವೀಕ್ಷಕನಾದರೆ ಕೇವಲ ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಭಾಗವಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾದ ಯಾವುದೇ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಬೆಸೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಇವೇ ಅವರು ಮುಂದಿಡುವ ತರ್ಕ. ಆದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಕ ಇವೆರಡು ಪದಗಳಷ್ಟೇ. ಪದಗಳಲ್ಲಿ ಭಿನ್ನತೆ ಇದೆಯೇ ವಿನಃ, ಅರ್ಥ ಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಿಂದೆ ಬಂದಂಥ ಈ ಪದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ತರ್ಕವನ್ನೇ ನೋಡೋಣ. 'ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಾದರೆ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತಾನೆ. ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುತ್ತಾನೆ. ವೀಕ್ಷಕನಾದರೆ ಇವೆರಡು ಇರುವುದಿಲ್ಲ'. ವೀಕ್ಷಕನ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ ದಾರಿಯಲ್ಲಿ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾಗ ಯಾವುದೋ ಗಲಾಟೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾರೋ ಇಬ್ಬರು ಹೊಡೆದಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಹೊಡೆದಾಟವನ್ನು ನೋಡಿದ ವ್ಯಕ್ತಿ ಬಿಡಿಸಲು ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಒಂದೋ ಅದನ್ನು ಕಡೆಗಣಿಸಿ ಮುಂದೆ ಹೋಗಬಹುದು. ಎರಡು ಅಲ್ಲೇ ನಿಂತು ಸ್ವಲ್ಪ ಹೊತ್ತು ಅದನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಿ ನಂತರ ಅಲ್ಲಿಂದ ಹೊರಡಬಹುದು. ಇಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಅಂಶ ಇಲ್ಲ ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

ಈಗ ನಮ್ಮನ್ನೇ ಆ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿಟ್ಟು ನೋಡೋಣ. ನಾವೇ ದಾರಿಯಲ್ಲಿ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾಗ ಅಲ್ಲೆಲ್ಲೋ ಗಲಾಟೆಗಳು ಜರುಗಿದ್ದರೆ, ಇಬ್ಬರ ನಡುವೆ ಜೋರಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವ ಸಂದರ್ಭ ಏರ್ಪಟ್ಟರೆ, ಇಬ್ಬರು ಸ್ವಲ್ಪ ಹೊತ್ತಾದ ಮೇಲೆ ಹೊಡೆದಾಟಕ್ಕೂ ಇಳಿದರೆ ನಾವು ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ಖಂಡಿತ ಮೂಖರಾಗಿರುತ್ತೇವೆ. ಆಧುನಿಕ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಗಲಾಟೆಗಳನ್ನು ಬಿಡಿಸುವ ಗೋಜಿಗೆ

ಹೋಗದೇ ಖಂಡಿತ ದೂರದಲ್ಲಿ ನಿಂತು ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ನಂತರ 'ನಮಗ್ಯಾಕೆ ಈ ಗೊಡವೆ' ಎಂದು ಹೊರಡುತ್ತೇವೆ. ಆದರೆ ನಿಂತಷ್ಟೂ ಹೊತ್ತು ನಾವು ಆ ಘಟನೆಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡಿರುತ್ತೇವೆ. 'ಯಾಕೆ ಗಲಾಟೆ ಆಗುತ್ತಿರಬಹುದು, ಇದು ಇವನ ತಪ್ಪಾ..? ಇದು ಅವನ ತಪ್ಪಾ..? ಅವನು ಹೀಗೆ ಅನ್ನಬಾರದಿತ್ತು. ಅವನು ಹಾಗೇ ಅನ್ನಬಾರದಿತ್ತು' ಎಂದು. ಇದು ಸಂಬಂಧವಲ್ಲವೇ, ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ ಗಲಾಟೆಯ ಪಠ್ಯವಾದರೇ ಅದನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿರುವವರು ನಾವು. ಸಂಬಂಧ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾಗಿದೆಯಲ್ಲ, ನಾವು ಅವರ ಗಲಾಟೆಯನ್ನು ಬಿಡಿಸಲು ಹೋಗಿಲ್ಲ ಅಷ್ಟೇ. ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲೂ ನಟರು ನಾಟಕವಾಡುತ್ತಿದ್ದಾಗ ಅಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಯುದ್ಧವನ್ನು ನಾವು ಬಿಡಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ರಂಗದ ಮೇಲೇರುವುದಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತವದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಅಷ್ಟೇ. ಆದರೆ ನಾವು ಭಾಗವಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಸ್ವಲ್ಪವಾದರೂ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾದ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ.

ಎರಡನೆಯ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿ, ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಮ್ಯಾಚ್ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅಷ್ಟೂ ಜನ ಅಲ್ಲಿ ಕುಳಿತು ಯಾರೋ ಆಡುವ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಮ್ಯಾಚ್ ನೋಡುವಾಗ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಭಾಗವಹಿಸುವ ಕಲ್ಪನೆ ಅಲ್ಲಿ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಈತ ಕೇವಲ ವೀಕ್ಷಕ. ನನ್ನ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಇದೂ ಕೂಡ ತಪ್ಪು..! ಕಾರಣ, ಮಹಾನ್ ಕ್ರಿಕೆಟಿಗನೊಬ್ಬ ಆಡುತ್ತಿದ್ದರೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ನಾವು ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ನಾವೂ ಅವನ ಬ್ಯಾಟ್ ಹಿಡಿದಿರುತ್ತೇವೆ. ಅವನೊಂದಿಗೆ ಕ್ರೀಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರುತ್ತೇವೆ. ಆತ ಬೌಂಡರಿ ಗಿಟ್ಟಿಸಿದಾಗ ಹರ್ಷ ಪಡುತ್ತೇವೆ. ಆತ ಔಟ್ ಆಗುವ ಹಂತದಲ್ಲಿದ್ದಾಗ ಗಾಭರಿಗೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಆತಂಕಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತೇವೆ. ಔಟ್ ಆದಾಗ ಅವನಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ನಿರಾಶೆ ವ್ಯಕ್ತಿಪಡಿಸುತ್ತೇವೆ. ಬಹುಶಃ ಅವನಿಗಷ್ಟು ನಿರಾಶೆ, ಭಾವನೆಗಳು ಉಕ್ಕುತ್ತದೋ, ಇಲ್ಲವೋ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲ. ನಮಗಂತೂ ಆಟಗಾರನಿಗಿಂತ ನಾಲ್ಕು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚು ಭಾವನೆಗಳು ಉಕ್ಕುತ್ತವೆ. ಇದು ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಕಲ್ಪನೆ ಅಲ್ಲವೇ..? ಹಾಗಾಗಿ, ನಾವು ಏನನ್ನೇ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಭಾವನೆಗಳು ಆ ಘಟನೆಗೆ ಸ್ಫುರಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ನಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಸ್ಥಾನಕ್ಕೆ ಅವೆಲ್ಲವೂ ಕೊಂಡೊಯ್ಯುತ್ತವೆ. ವೀಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೇವಲ ಪದಗಳ ಆಟದ ಕಲ್ಪನೆ ಅಷ್ಟೇ. ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ಸುದ್ದಿಯ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಯ ಬುಲೆಟಿನ್ ಬಿತ್ತರವಾಗುತ್ತಿದ್ದಾಗ ನಾವು ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಯ ಕಡೆಗೆ ನಿಗಾ ಇಟ್ಟಿರುತ್ತೇವೆಯೇ ವಿನಃ, ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ನಾವು ಅದರೊಂದಿಗೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಭಾವನೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅಲ್ಲಿ ಏನೂ ನಡೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಅದು ಕೇವಲ

ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರವಾನಿಸುತ್ತಿರುತ್ತದೆ ಅಷ್ಟೇ. ಸುದ್ದಿಯು ಸಾವಿನದ್ದಾಗಿದ್ದರೆ, ಸಾವಿಗೆ ಮರುಕ ಪಡುತ್ತೇವೆ. ಆದರೆ, ಆ ಸುದ್ದಿಯೊಂದಿಗೆ ಒಂದಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಇಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದು ಅಂಶಕ್ಕೆ ನಮ್ಮ ಗಮನ ಬರಬೇಕಾದ್ದು, ಸಾವು ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನರ ಸಾವು ಆದರೆ 'ಅಯ್ಯೋ' ಎಂದು ಮರುಕ ಪಟ್ಟು ಸುಮ್ಮನಾಗುತ್ತೇವೆ. ಅದು ಕ್ಷಣಿಕ. ಆದರೆ ಮಹಾನ್ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬ ಸಾವನ್ನಪ್ಪಿದ್ದಾಗ ನಮ್ಮ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಸಾಪೇಕ್ಷತೆ ಖಂಡಿತವಾಗಲೂ ಎಲ್ಲೆಯನ್ನು ಮೀರುತ್ತದೆ. ಬಹುಶಃ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು ಅರಿಸ್ಟಾಟಲ್ ಹೇಳಿದಂತೆ ನಾಯಕ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವುಳ್ಳವನಾಗಿದ್ದು, ಅವನಿಗೆ ದುರಂತ ಸಂಭವಿಸಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ದುರಂತದ ಅಂಶ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಒಡಮೂಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಸತ್ಯ. ಇರಲಿ.. ಸುದ್ದಿ ವಾಹಿನಿಯ ಸುದ್ದಿಗಳೆಲ್ಲದಕ್ಕೂ ಕೂಡ ನಾವು ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಬೌದ್ಧಿಕವಾಗಿ ಅದಕ್ಕೆ ಸ್ಪಂದಿಸುತ್ತಾ ಅದು ಕೊಟ್ಟಂಥ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ನಮ್ಮ ಸಮಯಕ್ಕೆ, ನಮ್ಮ ಇಷ್ಟಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಬೌದ್ಧಿಕ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ತಕ್ಕವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತೇವೆ. ಇದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಮಜಲು.

ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ತಣಿಸಲು, ಸಾಕಷ್ಟು ಜನರನ್ನು ಮುಟ್ಟಲು ಮತ್ತು ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲೇ ವ್ಯವಹಾರ ಕೂಟವೊಂದನ್ನು ರಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಕಷ್ಟು ವಾಹಿನಿಗಳು ತಲೆ ಎತ್ತಿದ್ದವು. ಅವುಗಳು ಕೂಡ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿ ದೂರದರ್ಶನ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದ ಹಾಗೇ ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಂಡವು. ಸರ್ಕಾರೀ ಸಾಮ್ಯದ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿ ದೂರದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯೊಂದಿತ್ತು. ಇದು ಸರ್ಕಾರದ ಹದ್ದುಬಸ್ತಿನಲ್ಲಿದ್ದುದರಿಂದ ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಅದು ಸಾಮುದಾಯಕವಾಗಿಯೂ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾಗಿಯೂ ತನ್ನ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಿತ್ತು. ಸ್ವೇಚ್ಛೆ ಇದರ ಆಶಯವಾಗಿರಲಿಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ಪಾರಂಪರಿಕವಾಗಿ ನಡೆದುಕೊಂಡು ಬಂದಿದ್ದ ಕಥೆ ಹೇಳುವ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು, ಕೇಳುವ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು, ಹಾಡು, ಹಸೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನೇ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಡುತ್ತಾ ಹೋಯ್ತು. ನಾಟಕಗಳು ಕೂಡ ಪ್ರಸಾರವಾಗತೊಡಗಿದವು. ನಾಟಕಕ್ಕೂ ಇದು ವೇದಿಕೆಯಾಗಿತ್ತು. ಹಾಗಂತ ತೀರ ಕಳಪೆಯಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳೇನು ಇದರಿಂದ ಹೊರಡಲಿಲ್ಲ. ಜಗತ್ತಿಗೇ ಮಾದರಿಯಾಗುವಂಥ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ನಮ್ಮ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿಯಿಂದ ಬಂದಿದ್ದವು. ಈಗಲೂ ಕೂಡ ನಮ್ಮಲ್ಲಿನ ಅನೇಕ ವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಲ್ಲ.

ವ್ಯವಹಾರದ ಚೌಕಟನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ, ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮುದಾಯಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಿಂದ ಬಂದಂಥ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಹಲವಾರು. ಪಥ್ಯದ ಬಗೆಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ.

[illegible]

ಬೇರೆ ವಾಹಿನಿಗಳಿಗೆ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ಪ್ರಥಮ ಪಾದದಲ್ಲಿ ಅನುಕರಣೆ ಮಾಡುವ ಚಟ ಒದಗಿದ್ದಾದರೂ ಯಾಕೆಂದರೆ, ಈಗಾಗಲೇ ಜನ ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗೆ ಮಾರುಹೋಗಿದ್ದರು. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಒಟ್ಟಾರೆ ಅಂದವನ್ನು ಮಾರ್ಪಾಡು ಮಾಡಿ ಮುಂದಿಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ನಾವು ಕಂಡಿದ್ದೇವೆಯೇ ವಿನಃ, ಮೂಲ ಪಥ್ಯದಲ್ಲಲ್ಲ. ಆದರೆ ಕ್ರಮೇಣ ಪಥ್ಯಗಳು ಬದಲಾಗತೊಡಗಿದವು. ವೀಕ್ಷಕರು ಈ ವಾಹಿನಿಗಳನ್ನು ನೋಡತೊಡಗಿದರು. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವಾಹಿನಿ ದೂರದರ್ಶನವನ್ನು ಹಿಂದಿಕ್ಕಲೇಬೇಕೆಂದು ಹುಟ್ಟಿದ ಎಲ್ಲಾ ವಾಹಿನಿಗಳು, ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನೇ ಸಾರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಧ್ಯೇಯವನ್ನೇ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಹೊರ ಬಂದಂಥ ಈ ವಾಹಿನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಹೊಸ ಪಥ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ ಹೊಸದಾಗಿ ನಿವೇದನೆ ಮಾಡುವಂಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಮೂಲಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಗಮನವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಕಡೆಗೆ ಸೆಳೆದುಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟವು.

ಆಗಷ್ಟೇ, ಗೋಳೀಕರಣದ ಛಾಯೆ ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಮೇಲೆ ಹಬ್ಬಿತ್ತು. ಮೆಲ್ಲಗೆ ಐದು ಅಂಕೆಯ ಸಂಬಳ ಪಡೆಯುವವರು ಹೆಚ್ಚಾದರು. ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥರದ ಪಲ್ಲಟವು ದಿನದಿಂದ ದಿನಕ್ಕೆ ಏರು ಮುಖದಲ್ಲಿ ಸಾಗಿತ್ತು. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಕೂಡ ತನ್ನ ಎಲ್ಲಾ ಆಯಾಮವನ್ನು ಒಂದೊಂದಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಡುತ್ತಾ ಬಂದಿತ್ತು. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಸಿನಿಮಾದ ಗೊಡವೆಗೆ ಈಗ ನಾವು ಹೋಗುವುದು ಬೇಡ. ಕೇವಲ ಟೀವಿಯ – ಕಿರುತೆರೆಯ –ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಅಷ್ಟೇ ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳೋಣ. ಬದಲಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪಥ್ಯಗಳ ಹರಿವು ನಾವು ಕೇಳಿಕೊಂಡಿದ್ದೇ? ಪಥ್ಯಗಳು ಇಂಥವೇ ಇರಬೇಕೆಂದು ನಾವು ಸೂಚಿಸಿದ್ದೇವೆಯೇ?ಹಾಗಿದ್ದರೆ, ಈ ಪಥ್ಯಗಳು ಈ ವಾಹಿನಿಯ ಸೂತ್ರಗಳು ಬಂದಿದ್ದಾದರೂ ಯಾಕೆ..? ಹೇಗೆ..? ಈ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕಾಡಬೇಕಾದ್ದೇ. ಕಾರಣ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಹೆಣೆಯುತ್ತಿದ್ದ ರೀತಿ. ಆ ಪಥ್ಯಗಳು ವಾಹಿನಿಗಳ ಮುಖಾಂತರ ನಮ್ಮನ್ನು ಸೇರುತ್ತಿದ್ದ ರೀತಿ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಅನೇಕ ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ಬೆರಗಾಗೇ ನಮ್ಮನ್ನು ಕಾಡಿದ್ದಿದೆ. ಹೀಗಿರುವಾಗ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಇರಬಹುದು. ಆದರೆ, ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಟ್ಟದ ಬೇಡಿಕೆಗಳಾಗಿ ನಿರ್ಮಾತೃನ ಎದುರು ಕಂಡಿರಲಿಲ್ಲವಲ್ಲ. ನಮ್ಮ ಬೆರಗುಗಣ್ಣನ್ನು ನಾವಿನ್ನೂ ಮುಚ್ಚಿರಲಿಲ್ಲ. ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿಯೇ ನಾನಾ ವಿಧದ ಪಥ್ಯಗಳು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಎರಗಿದವು. ಈ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಮರು ಮಾತಿಲ್ಲದೇ ನಾವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದಾದರೂ ಹೇಗೆ..? ಈ ಪಥ್ಯಗಳ ಒಟ್ಟಾರೆ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ನಮಗೆ ಕೊಟ್ಟವರು ಯಾರು..? ವಾಹಿನಿಗಳು ಒಂದರ ಮೇಲೆ ಒಂದರಂತೆ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವಲ್ಲ, ಅವು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದ್ದೇ

ಕೇವಲ ಪಠ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ ರಂಜಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಲೀ ಅಥವಾ ನಮ್ಮ ಮಾಹಿತಿಯ ಹಸಿವನ್ನು ತಣಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಅಲ್ಲ. ಓಂ ಪ್ರಥಮದಲ್ಲಿ ಅವು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡಿದ್ದು ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕಾಗಿ. ವ್ಯವಹಾರದ ಜರೂರತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಮತ್ತು ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಜಗತ್ತನ್ನು ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಹುನ್ನಾರದಲ್ಲಿಯೇ ಈ ವಾಹಿನಿಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವು. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಈಗಿರುವ ಯಾವುದೇ ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. ಈ ಮೊದಲು ಅವು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತಿದ್ದವು ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಬಿತ್ತರಿಸುತ್ತಿದ್ದವು. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ರಾಜಕೀಯ ಧುರೀಣರ ಮತ್ತು ಅಧಿಕಾರ ಶಾಹಿಗಳ ಸಂದರ್ಶನಗಳನ್ನು ದೀರ್ಘವಾಗಿ ಅಥವಾ ಭಾಷಣವನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದವು. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಮಾಧ್ಯಮ, ತಾನು ಹುಟ್ಟಿದಂಥ ಹಿನ್ನೆಲೆಯನ್ನು ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ನಮಗೆ ಹೇಳುತ್ತವೆ. ಹಾಗಿದ್ದರೆ, ಒಂದು ಪ್ರಶ್ನೆ ಏಳುವುದು ಸಹಜ. ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ಎಲ್ಲರಿಗಾಗಿಯೇ ಈ ಪಠ್ಯಗಳಾ..? ಖಂಡಿತ ಅಲ್ಲ.. ಹಾಗಿದ್ದರೆ, ಈ ಪಠ್ಯಗಳ ಸಮಯವನ್ನು ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಪಠ್ಯಗಳ ರೀತಿ ರಿವಾಜನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಯಾರು ಮತ್ತು ಹೇಗೆ..?

೫.೩. ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವರ್ಗಾಸಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ

ಚಾನೆಲ್‌ಗಳು ಹುಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವ ರೀತಿ ಬಹಳ ಕುತೂಹಲವಾದದ್ದು. ಅದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ, ರಂಗಭೂಮಿ ಹುಟ್ಟಿದ್ದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಂದಲೋ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಹುಟ್ಟಿದ್ದು ರಂಗಭೂಮಿ ಯಿಂದಲೋ ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರ ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೋ, ಇಲ್ಲಿ ಹಾಗಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮೊಟ್ಟೆ ಕೋಳಿಯಿಂದಲೋ, ಕೋಳಿ ಮೊಟ್ಟೆಯಿಂದಲೋ ಎಂಬ ವಿಚಿತ್ರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಲು ಬಹಳ ತಿಣುಕಾಡಿದ್ದಿದೆ. ರಂಗಭೂಮಿ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಸಂಬಂಧ ಹಾಗೆಯೇ, ಬಿಡಿಸಲಾಗದ್ದು. ಆದರೆ ಬದಲಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯನೂ ಕೂಡ ಸಮುದಾಯದಿಂದ ಕಳಚಿಕೊಂಡು ವಿಘಟಿತನಾಗುವಂಥ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಪಠ್ಯಗಳು ಕೂಡ ವಿಘಟಿತ ಅಂಶವನ್ನೇ ಸಾರುವಂಥದ್ದು. ಮಾಧ್ಯಮದ ಹುಟ್ಟೂ ಕೂಡ ವಿಘಟಿತ ಅಂಶವನ್ನೇ ಮುಂದು ಮಾಡಿ ಹುಟ್ಟಿದ್ದು.

ಟೀವಿ ವಾಹಿನಿ ಹುಟ್ಟಬೇಕೆಂದರೆ ಅದನ್ನು ನಾವು ಸ್ಥಾನಿಕರಣಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ(ಪೊಸಿಷನಿಂಗ್). ಸ್ಥಾನೀಕರಣ ಅಂದರೆ ಯಾರಿಗಾಗಿ ವಾಹಿನಿ ಮಾಡುವುದು ಎಂದರ್ಥ. ಖಂಡಿತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿ.. ಈ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಯಾರು..? ದೇಶದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ.. ಹಾಗೆಂದಾಕ್ಷಣ ನಮ್ಮ ಇಡೀ ಕಲ್ಪನೆ ತಪ್ಪಾಗುತ್ತದೆ. ವಾಹಿನಿಯ ಗೆಲುವು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಈಗಾಗಲೇ ತಲೆಗೆ ಒಂದರಂತೆ ವಾಹಿನಿ

ಬಂದು ನಿಂತಿವೆ. ಸ್ಥಾನೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಯಾರು ಸರಿಯಾಗಿ ಮಾಡಿದ್ದಾರೋ, ಅಂದರೆ ಯಾವ ವಾಹಿನಿ ಸ್ಥಾನೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಪಾಲಿಸುತ್ತಿದೆಯೋ, ಆ ವಾಹಿನಿಗಳೇ ಈವರೆಗೆ ಯಶಸ್ವಿಯಾದದ್ದು. ದೂರದರ್ಶನದ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಮತ್ತೆ ಪುನರುಚ್ಚರಿಸ ಬೇಕೆಂದರೆ ಅದು ಕೇವಲ ಸಾಮುದಾಯಿಕ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಿಂದ ಮಾತ್ರ ಸಾಧ್ಯವಾದದ್ದು.

ಅಲ್ಲಿನ ಅನುಕರಣೆ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕವಾದದ್ದು. ಸಾಮೂದಾಹಿಕವಾದದ್ದು. ತಲೆಗೆ ಒಂದರಂತೆ ವಾಹಿನಿಗಳು ಬಂದಾಗ ಸ್ಥಾನೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗಲೇ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಂದರೇನು, ವಾಹಿನಿಗಳು ಮೊದಲು ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡುವುದು ತಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು. ತಮ್ಮ ವಾಹಿನಿಗೆ, ವಾಹಿನಿಯಿಂದ ಹೊರಡುವ ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾರಾಗಬೇಕು..? ಬರೀ ಹೆಂಗಸರೋ..? ಇಲ್ಲ, ಬರೀ ಮಕ್ಕಳೋ..? ವಯೋವೃದ್ಧರೋ..? ಇಲ್ಲ, ಕಾಲೇಜ್ ಓದುತ್ತಿರುವ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳೋ..? ಹದಿ ಹರೆಯದವರೋ..? ಮಹಿಳೆಯರು ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಮತ್ತೊಂದು ವಿಘಟನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ.. ಮನೆಯ ಗೃಹಿಣಿಯರೋ, ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಹೋಗುತ್ತಿರುವ ಮಹಿಳೆಯರೋ..? ಅಥವಾ ಕಾಲೇಜುಮೆಟ್ಟಿಲು ಹತ್ತಿರುವ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿಯರೋ..? ಎಷ್ಟೊಂದು ವಿಘಟನೆಯಾದವು.. ಈ ವಿಘಟನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಕೊಂಡೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಮೊದಲೇ ಆಯ್ದುಕೊಂಡು ವಾಹಿನಿಯೂ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿಗೆ ವಾಹಿನಿಯ ಉದ್ದೇಶದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದ ತರ್ಕವೊಂದರ ತಳಹದಿ ಮೇಲೆ ತಯಾರಾಗುತ್ತದೆ. ಅವರ ಪಥ್ಯಗಳು ಕೂಡ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಸಮುದಾಯವನ್ನೇ ಕುರಿತದ್ದಾದ್ದರಿಂದ ಅದರ ಹರಿವು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಶೇಕಡ ೬೦%ರಷ್ಟು ಪಥ್ಯಗಳು ಈ ಗುಂಪನ್ನೇ ಕುರಿತಾಗಿದ್ದರೂ ಇನ್ನುಳಿದವು ಸಂಸಾರದ ಉಳಿದವರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಒಂದು ವಾಹಿನಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸೋಣ ಅಂತ ಭಾವಿಸೋಣ. ನಮ್ಮ ವಾಹಿನಿಗೆ ಈಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾರಾಗಬೇಕು..? ನಮ್ಮ ದೇಶದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಆಗುತ್ತಿರುವಂಥ ಘಟನೆಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಮಹಿಳೆಯರಿಗಾಗಿ ಎಂದು ನಾವು ನಿರ್ಧರಿಸಿಬಿಡೋಣ. ಮಹಿಳೆಯರಿಗಾಗಿ ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಮತ್ತೆ ಯಾವ ಮಹಿಳೆಯರು? ಗೃಹಿಣಿಯರಿಗಾಗಿ ಅಂದುಕೊಳ್ಳೋಣ. ಸರಿ.. ನಮ್ಮ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ ಕೇವಲ ಗೃಹಿಣಿಯರ ಮೇಲೆಯೇ ಇರುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಪಥ್ಯಗಳೂ ಕೂಡ ಗೃಹಿಣಿಯರ ಮೇಲೆ ರೂಪಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ನಾವು ಪ್ರಾರಂಭ ಮಾಡುವಾಗ ಗೃಹಿಣಿಯರನ್ನು ಓಲೈಸುವುದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭ ಮಾಡಿ ಅವರಿಗಾಗಿಯೇ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸಿದ್ಧ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಗೃಹಿಣಿಯರು ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ ಏನು..? ಗೃಹಿಣಿಯರು ಮನೆಯಲ್ಲಿರುತ್ತಾರೆ. ಮಕ್ಕಳನ್ನು

ಶಾಲೆಗೆ ಮತ್ತು ಗಂಡನನ್ನು ಕಛೇರಿಗೆ ಕಳಿಸಿ ಆದ ಮೇಲೆ ಅಡುಗೆ ಮಾಡಿ ಸಾಧ್ಯವಿದ್ದರೆ, ಬಟ್ಟೆ ಒಗೆದು ಹನ್ನೆರಡು ಗಂಟೆ ಒಳಗೆ ಅವರು ಖಾಲಿಯಾಗುತ್ತಾರೆ. ಖಾಲಿಯಾದ ಕ್ಷಣ ಅವರನ್ನು ಟೀವಿಯ ಮುಂದೆ ಕೂರಿಸಬೇಕು. ನಮ್ಮ ವಾಹಿನಿ ನೋಡುವಂತಾಗಬೇಕು. ಹಾಗಿದ್ದಾಗ, ಅವರಿಗೆ ಬೇಕಾದ ಕಥೆಗಳೇನು..? ಮನೆಯಲ್ಲಿರುವ ಗೃಹಿಣಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೇನು..? ಅವಳ ಆಶೋತ್ತರಗಳೇನು..? ಕನಸುಗಳೇನು..? ಗಂಡ ಮತ್ತು ಮಕ್ಕಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧಗಳ ಹೂರಣವೇನು..? ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಕಲಸು ಮೇಲೋಗರ ಮಾಡಿ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ಹಾಗೇ ಮಾಡಿ ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದಾಗ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ನೋಡುವವರು ಗೃಹಿಣಿಯರೇ.. ಕಾರಣ, ಸ್ಥಾನೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನಾವು ಬಹಳ ಕಟ್ಟುನಿಟ್ಟಾಗಿ ಪಾಲಿಸಿದ್ದೇವೆ ಅಂತಾಯ್ತು.. ಹೀಗೆ ಮಾಡಲು ಕಾರಣ, ಬಹುಶಃ ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಬಹಳ ಸಂತೋಷ ಪಡುತ್ತೇವೆ. ಇಲ್ಲ, ಗೃಹಿಣಿಯರು ಸಂತೋಷ ಪಡುತ್ತಾರೆ. ವಾಹ್.. ನಮಗಾಗೇ ಒಂದು ವಾಹಿನಿ ಬಂದಾಯ್ತಲ್ಲ..? ನಮಗೋಸ್ಕರ ಪಠ್ಯಗಳು ಸಿದ್ಧವಾಗುತ್ತಿವೆಯಲ್ಲ ಅಂತ.. ಆದರೆ, ಈ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಘಟಿತವಾದದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯ ಪಠ್ಯಗಳು, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮುದಾಯಕ್ಕೆಂದೇ ಬಂದ ವಾಹಿನಿ ಕೇವಲ ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಹುಟ್ಟಿದ್ದವು. ವ್ಯವಹಾರದ ಜರೂರತೆಯನ್ನ ಸಾಕ್ಷಾತ್ಕರಿಸಿ ಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಈ ಸ್ಥಾನೀಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಈ ಪಠ್ಯದ ನಿರ್ಧಾರ. ನೀವು ಯಾವುದಾದರೂ ವಾಹಿನಿಯವರನ್ನು "ನಿಮ್ಮ ವಾಹಿನಿಯ ಪೊಸಿಷನಿಂಗ್ ಏನು?" ಎಂದು ಈ ಬಗ್ಗೆ ಖಾತ್ರಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಕೆಲವರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ ಇನ್ನೂ ಕೆಲವರು ಮಾತು ತಿರುಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗೆ ಮಾಡಲು ಕಾರಣ ವಿವರಿಸಬೇಕಿಲ್ಲ

ಮತ್ತೊಂದು ಮುಖ್ಯವಾದ ಅಂಶವನ್ನು ನಾನಿಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸ ಬಯಸುತ್ತೇನೆ. ಅಂದರೆ, ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ಗೃಹಿಣಿಯರಿಗಾಗಿಯೋ ಅಥವಾ ಮೇಲುವರ್ಗದ ಗೃಹಿಣಿಯರಿಗಾಗಿಯೋ ಅಂದರೆ ವಿಘಟಿತ ಮಜಲುಗಳು ಯಾವ್ಯಾವ ಸ್ಥರಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುತ್ತವೆ ಎನ್ನುವುದೇ ಆಶ್ಚರ್ಯಕರ ಮತ್ತು ಆಘಾತಕರ.. ಮೇಲಾಗಿ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಸಿದ್ಧವಾಗುತ್ತಿರುವುದು ವ್ಯವಹಾರದ ಕಲ್ಪನೆಯ ಪರಿಧಿಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿಯೇ. ಅದೇ ನಮ್ಮ ಆಘಾತಕ್ಕೆ ದೊಡ್ಡ ಕಾರಣ. ಇದನ್ನು ಪ್ರಶ್ನಿಸಿದಿರೋ, ಉತ್ತರ ಒಂದೇ..! ಆಯಾ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಮನರಂಜನೆ ಬೇಡವೋ? ಮಾಹಿತಿ ಬೇಡವೋ?ಅಂದರೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವರ್ಗಕ್ಕೂ ಅದರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಯನ್ನನುಸರಿಸಿ ರಂಜನೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಇರುತ್ತವೆಂದಾಯಿತು?! ಸತ್ಯ ಇಷ್ಟೇ, ಮಾಹಿತಿ ಒಂದೇ ಇರುತ್ತದೆ. ಅದನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಮಜಲುಗಳು ಬೇರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ,

ಹಿಮಾಲಯದಲ್ಲಿ ದೊರಕಿರುವ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಪಳಯುಳಿಕೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಬರುತ್ತಿದ್ದರೆ ಸಮಾಜದ ಕೆಳವರ್ಗದ ಸಾಮಾನ್ಯನಿಗೆ ಇದು ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿಯಾಗುತ್ತದೆ. ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗೆ ಇದು ಶಿಕ್ಷಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಮೇಲ್ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಯೋ ಅಥವಾ ಒಬ್ಬ ವೃತ್ತಿಪರನಿಗೆ ಇದು ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ತೆರೆದು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಎಲ್ಲರೂ ಒಂದೇ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನೋಡಿದ ಹಾಗಾಯಿತು. ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲ ಅರ್ಥ ಒಂದೇ ಎಂದಾಯಿತು. ಆದರೆ ಮಾಹಿತಿ ಬಂದಾಕ್ಷಣ ಅದರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಉಪಯೋಗದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಆಯಾ ಮಜಲುಗಳಿಗೆ ಬೇರೆ ಬೇರೆಯಾಗುತ್ತವೆ ಅಷ್ಟೇ. ಒಂದು ಅಂಶವಂತೂ ಸತ್ಯ. ನಮ್ಮ ನಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ನಮ್ಮ ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥರಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಲೋಕ ರೂಢಿಯೊಂದನ್ನು ನಾವು ಪಾಲಿಸಿಕೊಂಡು ಬಂದಿರುತ್ತೇವೆ. ಆ ಲೋಕರೂಢಿ ನಮ್ಮ ಸಂಬಂಧಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತವಾಗಿರಬಹುದು. ನಮ್ಮ ನಡೆ ನುಡಿಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತವಾಗಿರಬಹುದು. ಅಥವಾ ನಮ್ಮ ಒಟ್ಟಾರೆ ಚಿಂತನೆಯ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಬದುಕನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತವಾಗುತ್ತವೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪಠ್ಯಗಳು ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಬೇಕಾಗುತ್ತವೆ ನಿಜ. ಇದು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ್ದೆ. ಆದರೆ ವಿಭಿನ್ನ ಪಠ್ಯಗಳ ಬೇಡಿಕೆಯ ಅಂಶವನ್ನೇ ಮುಂದಿಡುತ್ತಾ ವಿಘಟಿತಕರಣದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥರಗಳ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿ ನೋಡುವುದು ಎಷ್ಟು ಸರಿ. ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಇದನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯಬಹುದು. ಆದರೆ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಇದು ಸತ್ಯ ಮತ್ತು ಅದೇ ಸರಿ.

ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಬದಿಗಿಟ್ಟರೂ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ವತಿಯಿಂದ ನೋಡಿದಾಗ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದ ಪಠ್ಯವನ್ನು, ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾದ ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದೇ ಸೂಕ್ತ ಎನ್ನುವುದು ಈ ವಾಹಿನಿಗಳ ತರ್ಕ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಪಠ್ಯ ಸಂಬಂಧಿ ವ್ಯಾಯಾಮದಲ್ಲಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಕಸರತ್ತು ನಡೆಸಿ ಈ ರೀತಿಯಾದ ವಿಘಟಿತ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಹೇರುತ್ತಾರೆ. ಟಿವಿ ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಕಾಲಿಟ್ಟದ್ದು ಅದನ್ನು ನಾವು ಬಹಳ ಸಂತೋಷದಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದು ನಮ್ಮ ಅನುಕೂಲಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಎಂದು ಮರೆಯ ಬಾರದು. ಕಾರಣ ನಮ್ಮ ಮನೆಯ ನೆಮ್ಮದಿಯ ವಲಯದಲ್ಲಿಯೇ ಹೊಸ ಲೋಕದ ಸೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಕಂಡದ್ದು. ಮನೆಯ ಬಾಗಿಲಿಗೆ ಬಂದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಈ ಆವಿಷ್ಕಾರವನ್ನು ಅದರ ಪಠ್ಯದ ಸಮೇತ ನಾವು ಬಹಳ ವಿಜೃಂಭಣೆಯಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದೆವು. ಹಾಗೇ ಮುಂದಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಬೆರಗುಗಣ್ಣಿನಿಂದ ಮೊದಲು ನೋಡಲು ಶುರುಮಾಡಿದ್ದು, ಹಾಗೆಯೇ ಮುಂದುವರೆಸಿದ್ದು... ಅದಕ್ಕೆ ಗಂಟು ಬಿದ್ದದ್ದು ಈಗ ಇತಿಹಾಸ. ಕಾಲ ಕ್ರಮೇಣ ಪಠ್ಯಗಳಲ್ಲಿನ ಬೇಡಿಕೆ ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯ

ಹಂತವನ್ನು ತಲುಪಿತು. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಟೀವಿ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೇ ಪಥ್ಯದ ನಿಯಂತ್ರಣವನ್ನು ಸಾಧಿಸಿರುತ್ತಾನೆ. ಟೀವಿ ನೋಡುವಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತಟಸ್ಥನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಈ ಮೊದಲೇ ಚಿತ್ರೀಕರಣ ಗೊಂಡ ಸರಕನ್ನು ಟೀವಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಆತನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಯಾವುದೇ ಬೆಲೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲವೆಂದು, ಅದು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸಹಾಯಕವೂ ಅಲ್ಲವೆಂದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣ ನಿಷ್ಕ್ರಿಯರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹಲುಬುವರುಂಟು?. ಆದರೆ ಟೀವಿಯ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಈತನೇ ನಿರ್ಧರಿಸಿರುತ್ತಾನೆ. ಮತ್ತು ಆ ಪಥ್ಯ ಬರುವ ಸಮಯವನ್ನೂ– ತನಗೆ ಅನುಕೂಲಕರವಾದ ಸಮಯ–ಕೂಡ ಈತನೇ ನಿರ್ಧರಿಸಿರುತ್ತಾನೆ.

ಇದು ಕೂಡ ಗಮನಾರ್ಹ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಆಗಿದ್ದು ಮೊದಲು ಟೀವಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನೇ ನಂಬಿ ಅವರ ಮನೆಯೊಳಗೆ ಬಂದು ಕುಳಿತಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ. ಈಗಲೂ ಕೂಡ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ತಯಾರಿ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ನೇರವಾಗಿ ಅಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ತನ್ನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಮೂಲಕ ವಾಹಿನಿಯವನಿಗೆ ಆದೇಶಿಸುತ್ತಾನೆ. ಆತ ಇಚ್ಚಿಸಿದ ಪಥ್ಯ ಕೆಲವೇ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ತಯಾರಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಕೊಡು ತಗೋಳುವ ಕ್ರಿಯೆ ನಡೆಯುವುದು ಮತ್ತೆ ಅದೇ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಆಯಾಮದ ಮೂಲಕ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಏನನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದಾನೆ?. ಯಾವ ಸಮಯಕ್ಕೆ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದಾನೆ? ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಗಂಡೋ, ಹೆಣ್ಣೋ? ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ವಯಸ್ಸು ಏನು? ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥರ ಯಾವುದು? ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಅಳೆಯಲು ತಕ್ಕ ಮಾಪನಗಳಿವೆ. ಅದನ್ನು ಟೆಲಿವಿಷನ್ ರೇಟಿಂಗ್ ಪಾಯಿಂಟ್ಸ್ ಅಂತ ಈ ವರೆಗೆ ಕರೆಯುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಎರಡು ಸಾವಿರದ ಹದಿನಾಲ್ಕನೇ ಮಾರ್ಚಿನಿಂದ ಟಿ.ವಿ.ಟಿ. ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ–ಟೆಲಿವಿಷನ್ ರೇಟಿಂಗ್ ಪರ್ ಥೌಸಂಡ್ಸ್ ಪ್ರತಿ ವಾರವೂ ತನ್ನ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಆಯಾ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಬರುವ ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಎಷ್ಟು ಹೊತ್ತು ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಾರೆ? ಮತ್ತು ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಎಷ್ಟು ಜನರಿಗೆ ತಲುಪಿದೆ? ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನೋಡಿದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಯಾವ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೇರು ತ್ತಾರೆ? ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಯಾಗಿ ಪೂರಕ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಈ ಮೊದಲು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆಯ ಆಕರಗಳಿಂದ ವಾಹಿನಿ ಪ್ರಾರಂಭ ಮಾಡಿದವ ಈಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ತನ್ನ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಈ ಮೊದಲು ಯಾರಿಗಾಗಿ ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ್ದನೋ, ಅವರ ಮಾನಸಿಕ ತುಮುಲುಗಳು, ಹೊಯ್ದಾಟಗಳು, ಸಂಬಂಧಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ ಪಥ್ಯವೊಂದನ್ನು ಅವರಿ ಗಾಗಿಯೇ ತಯಾರು ಮಾಡಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಹಂತದಲ್ಲಿಯೇ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಂದಲೇ

ತಯಾರಿಸುವ ಹಂತಕ್ಕೆ ವಾಹಿನಿಯವ ಬಂದುಬಿಡುತ್ತಾನೆ. ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಕೊಟ್ಟ ದೊಡ್ಡ ಗೌರವ ಎಂದು ನಾವು ಅಂದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ನೋಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅಂದರೆ ಮತ್ತೊಂದನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಕ್ರಿಯೆ. ಸೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಪಡೆದು ತನ್ನ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಇವು ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಿಂದ ಅಥವಾ ಪಠ್ಯಗಳಿಂದ ತಕ್ಕ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿವೆ.

ಟಿ.ಆರ್.ಪಿ. ಅಥವಾ ಟಿ.ವಿ.ಟಿಯ ಮಾನದಂಡಗಳು ವಾಹಿನಿಯ ಅಳಿವು ಉಳಿವು, ಮತ್ತು ಅದರ ಸಂಪೂರ್ಣ ವ್ಯವಹಾರದ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಹಾಗೆಂದ ಮೇಲೆ, ವಾಹಿನಿಯವ ಸದಾ ಕಾಲ ಈ ಟಿ.ಆರ್.ಪಿ. ಅಥವಾ ಟಿ.ವಿ.ಟಿ. ನಂಬರ್‌ಗಳು ಏರುಮುಖಿಯಾಗಿರುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅನೇಕ ನಮೂನೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಬೆಳಗಿನ ಸುಪ್ರಭಾತ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ, ಜ್ಯೋತಿಷ್ಯ, ವ್ಯಾಯಾಮ, ಸುದ್ದಿ ಬಿತ್ತರಣೆ, ಮಧ್ಯಾಹ್ನಕ್ಕೆ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ. ಆರು ಗಂಟೆಯ ನಂತರ ಸೀರಿಯಲ್‌ಗಳ–ಕಥಾನಕ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳ–ಭರಾಟೆ. ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಹೇರುವ ವಾಹಿನಿಯ ಮಾಲೀಕ ತತ್ಸಂಬಂಧಿ, ಟಿ.ಆರ್.ಪಿ. ಅಥವಾ ಟಿ.ವಿ.ಟಿ ಸದಾಕಾಲ ಏರುವಮುಖಿಯಾಗುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ.

ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಯೋಚನಾಲಹರಿಯನ್ನು ಸರಳಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದರೆ ನಾವು ಟಿ.ವಿ.ಟಿ ಅಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಅಳೆಯುವ ಮಾನದಂಡದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವಿವರವಾಗಿ ಅಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಅದರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಸಾರವನ್ನಾದರೂ ತಿಳಿಯಲೇಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಅದರ ಪಠ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಲು ಸಮುದಾಯದ ಸಹಭಾಗಿತ್ವವೇ ಸಾಕಿತ್ತು. ಆದರೆ ಕ್ರಮೇಣ ಸಹಭಾಗಿತ್ವವನ್ನು ಅಂಕಿ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಕ್ಕೆ ಇಳಿಸಿಬಿಟ್ಟೆವು. ಸುಮಾರು ಇಷ್ಟು ಸಾವಿರ ಮನೆಗಳಿಗೆ ಒಂದರಂತೆ ಪೀಪಲ್ ಮೀಟರನ್ನು ಅಳವಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅಂದರೆ ಸುಮಾರು ಐವತ್ತು ಸಾವಿರ ಮನೆಗೆ ಒಂದು ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಈ ಐವತ್ತು ಸಾವಿರ ಜನರಿಗೆ ಒಂದು ಎಂದಾಗ ಆ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಚಟುವಟಿಕೆ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಇರಲೇಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಶಾಲೆಗಳು, ವ್ಯವಹಾರ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ಧಾರ್ಮಿಕ ಕೇಂದ್ರಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿ. ಅಂದರೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಿರುವ ಕೇಂದ್ರವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಅಲ್ಲಿನ ಒಂದು ಲಕ್ಷ ಅಥವಾ ಐವತ್ತು ಸಾವಿರ ಮನೆಗಳಿಗೆ ಒಂದರಂತೆ ಈ ಪೀಪಲ್ ಮೀಟರನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆ ಪೀಪಲ್ ಮೀಟರ್ ಅಳವಡಿಸಲಾದ ಮನೆಯೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮಾಪನವನ್ನು ಅಳೆಯುವ ಮಾದರಿ!

ಒಂದು ವಾಹಿನಿಯ ಒಟ್ಟಾರೆ ಚಟುವಟಿಕೆ ಕ್ರಮವು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಿಂದ ಮೊದಲು ಗೊಂಡಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಸಮಯದಿಂದ ಅದು ತನ್ನ ಚಟುವಟಿಕ ಕೇಂದ್ರವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಒಂದು ವಾಹಿನಿಯ ಇಡೀ ದಿನದ ಸಮಯವನ್ನು ನಾವು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳೋಣ. ಎರಡು ರೀತಿಯಾಗಿ ಸಮಯವನ್ನು ವಿಭಾಗಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಒಂದು ಪ್ರೈಮ್ ಟೈಂ. ಮತ್ತೊಂದು ನಾನ್ ಪ್ರೈಮ್‌ಟೈಂ. ಪ್ರಧಾನವಾದ ಸಮಯ, ಪ್ರಧಾನವಾದವಲ್ಲದ ಸಮಯ. ಇದನ್ನು ಆಧ್ಯತೆ ಮೇರೆಗೆ ನಿರ್ಧರಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೇ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ತಿಳಿಸಿರುವ ತನ್ನ ಆಧ್ಯತಾ ಸಮಯವನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ ಈ ಸಮಯವನ್ನು ವಿಭಜಿಸಿರುವುದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತದೆ. ಪ್ರಧಾನವಾದ ಸಮಯ ಯಾಕೇಂದರೆ ಹೆಚ್ಚು ಜನ ಟೀವಿಯ ಮುಂದೆ ಕುಳಿತುಕೊಂಡು ನೋಡಲು ಅವಕಾಶವಿರುವ ಸಮಯ ಇದು. ಈ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಯ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವುದು ಸಂಜೆ ಆರು ಗಂಟೆಯಿಂದ, ರಾತ್ರಿ ಹನ್ನೊಂದು ಗಂಟೆಯವರೆಗೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ಎಲ್ಲಾ ಬಾಹ್ಯ ಕೆಲಸಗಳಿಂದ ಮುಕ್ತಿಗೊಂಡು ಮನೆಗೆ ಬಂದು ಹಾಯಾಗಿ ಕುಳಿತುಕೊಂಡಾಗ ಇಡೀ ದಿನದ ತನ್ನ ದಣಿವನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು, ಇಲ್ಲವೇ ಕೆಲಸದಿಂದ ಮುಕ್ತಿಗೊಂಡು ಮತ್ತೊಂದರ ಕಡೆ ಗಮನ ಹರಿಸುವ ಸಮಯ ಅವನಿಗಿದೆ ಎಂದು ಈ ಸಮಯ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಸಂಜೆ ಆರರಿಂದ ಹನ್ನೊಂದರ ವರೆಗೆ ಪ್ರಧಾನವಾದ ಸಮಯ. ಎರಡನೇ ಆಧ್ಯತೆಯ ಮೇರೆಗಿನ ಸಮಯ ಬೆಳಿಗ್ಗೆ ಎಂಟರಿಂದ ಸಂಜೆ ಆರರವರೆಗೆ ನಾನ್‌ಪ್ರೈಮ್‌ಟೈಂ. ಬೆಳಗಿನ ಎಂಟು ಗಂಟೆಗೆ ಎಲ್ಲರೂ ಎದ್ದು ಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಹೋಗಲೆಂದೋ, ಮಕ್ಕಳು ಶಾಲೆಗೆ ಹೋಗಲೆಂದೋ ತಯಾರಿ ನಡೆಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿರುತ್ತಾರೆ. ಮನೆಯ ಗೃಹಿಣಿ ಇವರೆಲ್ಲರಿಗೂ ತಕ್ಕ ಏರ್ಪಾಡುಗಳನ್ನು ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಬ್ಯುಸಿಯಾಗಿರುತ್ತಾಳೆ. ಸಂಜೆಯವರೆಗೂ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲು ಜನ ಇರುವುದೇ ಇಲ್ಲ, ಗೃಹಿಣಿಯೊಬ್ಬಳನ್ನು ಬಿಟ್ಟರೆ. ಈಗೀಗ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳೂ ಕೂಡ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಹೋಗಲು ಶುರುಮಾಡಿದ್ದರಿಂದ ಆ ಸಂಖ್ಯೆ ಏರು ಮುಖದಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಅವರೆಲ್ಲರೂ ತಮ್ಮ ಕೆಲಸ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಮುಗಿಸಿ, ಐದು ಗಂಟೆ ನಂತರವೇ ಮನೆಗೆ ಬರುವುದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚೇನು ಆಕರ್ಷಿತವಲ್ಲದ, ಬೆಳಗ್ಗಿನ ಎಂಟರಿಂದ ಸಂಜೆ ಆರರ ಸಮಯವನ್ನು ನಾನ್‌ಪ್ರೈಮ್ ಟೈಂ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ–ಪ್ರಧಾನವಲ್ಲದ ಸಮಯ. ಇದು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿಭಜನೆಯ ಒಂದು ಬಗೆ.

ಎರಡನೆಯದ್ದು, ವಾರದ ದಿನಗಳು ಮತ್ತು ವಾರಾಂತ್ಯ ದಿನಗಳು–ವೀಕ್ ಡೇಸ್ ಮತ್ತು ವೀಕ್ ಎಂಡ್ಸ್. ವಾರದ ದಿನಗಳು ಸೋಮವಾರದಿಂದ ಶುಕ್ರವಾರದವರೆಗೆ. ವಾರಾಂತ್ಯವು

ಶನಿವಾರ ಮತ್ತು ಭಾನುವಾರ. ವಾರಂತ್ಯ ಮೊದಲು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಇದ್ದಿದ್ದು ಬರೀ ಭಾನುವಾರ ಮಾತ್ರ. ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಯುಗವು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಕಾಲಿಟ್ಟ ನಂತರದಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಿದ್ದು ವಾರಂತ್ಯ–ಶನಿವಾರ ಮತ್ತು ಭಾನುವಾರವನ್ನು ಸೇರಿಸಿ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಆಗಲೇ ವಾರಕ್ಕೆ ಐದು ದಿನದ ಮಾತ್ರ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಚೌಕಟ್ಟು ನಾವು ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದು. ಇದು ಪಾಶ್ಚಾತ್ಯರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ. ಇರಲಿ.

ಈ ವಿಭಜನೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ನೇರವಾದ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ತನ್ನ ಪಠ್ಯದ ಮೂಲಕ ಹೊಂದಲು ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ವಾರಾಂತ್ಯಗಳಲ್ಲಿಯೂ ಕೂಡ ರಜೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಮನೆಯಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಮನರಂಜನೆಗಾಗಿ ಅಥವಾ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಬೇರೆ ದಿನಗಳಿಗಿಂತ ವಿಭಿನ್ನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ತಯಾರಿ ಇರುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ವಾರಾಂತ್ಯದ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಯವು ಬದಲಾಗಿ ಬಿಡುತ್ತದೆ. ಕಾವ್ಯದ ಮೇಲೆ ಸಂಜೆ ಆರರಿಂದ ಹನ್ನೊಂದು ಎಂದು ಇದ್ದರೂ, ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಗಮನಿಸಲೇಬೇಕಾದ ಸಂಗತಿ ಏನೆಂದರೆ, ಒಂದು ಭಾನುವಾರ ಅಥವಾ ಶನಿವಾರ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಹಾಕಿ ಕೂತರೆ, ಮಧ್ಯಾಹ್ನ ಹನ್ನೆರಡರಿಂದಲೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಭರಾಟೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಸಿನಿಮಾಗಳು, ರಿಯಾಲಿಟಿ ಷೋಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿ. ಇದೆಲ್ಲರ ಭರಾಟೆ ವಾರಾಂತ್ಯದಲ್ಲಿಯೇ. ವಾರದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮಧ್ಯಾಹ್ನದಿಂದ ಈ ಕಾರ್ಯ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನಾವು ನೋಡಲಿಕ್ಕೆ ಸಾಧ್ಯವೇ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಈಗ ವಿಭಜಿಸಿ ಆದ ಮೇಲೆ ವಾಹಿನಿಯು ತನ್ನ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ತಯಾರಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಎಷ್ಟು ಸಮಂಜಸ ಮುಂದೆ ಅವರೇ ನಂಬಿರುವ ಅಂದರೆ ವಾಹಿನಿಯವರೇ ನಂಬಿರುವ ಮಾಪನಗಳ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ನಾವು ಚರ್ಚಿಸೋಣ. ಒಮ್ಮೆ ಪ್ರಧಾನ ಮತ್ತು ಪ್ರಧಾನವಲ್ಲದ ಸಮಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಿ ಆದ ಮೇಲೆ ಪಠ್ಯಗಳ ಪ್ರಕಾರವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಅಂದರೆ, ಯಾವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಧಾರವಾಹಿಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗಬೇಕು? ಯಾವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಚಲನಚಿತ್ರ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಪ್ರಸಾರವಾಗಬೇಕು? ಯಾವಾಗ ಮುಖ್ಯ ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗಬೇಕು? ಯಾವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರಿಯಾಲಿಟಿ ಷೋ ಪ್ರಸಾರವಾಗಬೇಕು? ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾ ಬರುತ್ತಾರೆ. ಇವು ಬಹುಪಾಲು ನಿರ್ಧಾರವಾಗುವುದು ಎರಡು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ. ಮೊದಲನೆಯದು ಸಮಯಗಳನ್ನು ಕುರಿತಂತೆ. ಸಮಯಗಳೂ ಅನ್ನಲೇಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ ಇಡೀ ವಾಹಿನಿಯ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆ ಇವೆರಡರ ಮೇಲೆಯೇ ನಿಂತಿದೆ ಮತ್ತು ಇದರಿಂದಲೇ ಪ್ರಾರಂಭಗೊಂಡಿದೆ–

ಪ್ರಧಾನ ಸಮಯ, ಪ್ರಧಾನವಲ್ಲದ ಸಮಯ. ಪ್ರಧಾನವಾದ ದಿನಗಳು, ಪ್ರಧಾನವಲ್ಲದ ದಿನಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿ. ಪ್ರಧಾನವಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಥಟ್ಟನೇ ಹೆಚ್ಚಿರುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಚುರುಕಾಗಿರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಹೆಚ್ಚು ಟೀವಿಯ ಮುಂದೆ ಕೂರುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಇರುವುದರಿಂದ, ಮೇಲಾಗಿ ಮನೆಯವರೆಲ್ಲರೂ ಮನೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಇರುವುದರಿಂದ ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಬೇಕಾಗುವಂಥ ಪಥ್ಯದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಬೇರೆಯದ್ದೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಎರಡನೆಯದಾಗಿ ಪಕ್ಕದ ವಾಹಿನಿಯವನು ಯಾವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾ, ಆತ ಯಾವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಹಾಕುತ್ತಾನೋ, ಆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ವಿರುದ್ಧ ಇನ್ನೂ ಗಟ್ಟಿಯಾದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಈತ ಪ್ರಸಾರಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ಅಂದರೆ, ಸ್ಪರ್ಧೆ ಮೊದಲು ಇಲ್ಲಿಯೇ ಶುರುವಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಕಾರಣ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಮೊದಲು ಹಿಡಿದಿಡುವ ಪ್ರಯತ್ನ. ಸಿ.ಟಿ ಮಾರ್ಕೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಸ್‌ನವರು ತಮಗೇ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಯಾಣಿಕರು ಬರಲಿ ಎಂದು ಎಲ್ಲರನ್ನು ಒಳಗೆ ದಬ್ಬಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಆತುರ ಆತುರವಾಗಿ ಹೋಗುವ ಸ್ಥಿತಿ ನೆನಪಿಗೆ ಬರುತ್ತದೆ. ಸ್ಪರ್ಧೆ ಅಂದರೆ ಹಾಗೆಯೇ. ಯಾರು ಮುಂದೆ ಇರುತ್ತಾರೋ ಅವರೇ ಯಶಸ್ವಿ ಎನ್ನಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಹೇಗೆ ಮುಂದೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಒಟ್ಟು ಮುಂದಿರಬೇಕು ಅಷ್ಟೇ. ಇಲ್ಲಿ ಕೂಡ ಹಾಗೇಯೇ... ಮುಂದಿರಬೇಕು. ಮುಂದು ಹೋಗುವ ತಯಾರಿಗಳು ಏನು. ನೈತಿಕವಾದವೋ ಅಥವಾ ನೈತಿಕತೆಯ ಜಾಡನ್ನು ಕೊಂಚ ಬದಲು ಮಾಡಿ ಅದಕ್ಕೆ ನೈತಿಕತೆಯ ರೂಪ ಕೊಟ್ಟಂತವೋ, ಅದನ್ನು ಕೇಳಲು ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಸ್ಪರ್ಧೆಯೇ. ಮುಂದಿರುವವನೇ ಗೆದ್ದವ. ಬದಲಾದ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿ ಬದಲಾದ ಕಾರ್ಪೋರೇಟ್ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲಿ ಗೆಲ್ಲುವುದೇ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿ. ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಎಂದು ನಿರ್ಧರಿಸುವವರು ವ್ಯವಹಾರದೊಳಗಿನ ನಿಪುಣರು. ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಗಳೇ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಇಂಥ ಸ್ಪರ್ಧೆಯನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸಿ ಸ್ಪರ್ಧೆಯಲ್ಲಿ ನೈತಿಕತೆಯ ಜಾಡನ್ನೇ ತಿರುಚಿ ಮುಂದೆ ಹೋಗಿ ಗೆದ್ದು ಬೀಗಿದ ಮತ್ತು ಆನಂತರದಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧೆಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಹಿಡಿತದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲಾಗದೇ, ಸೋತಂತ ದೊಡ್ಡ ಕಂಪೆನಿಗಳು ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ನಾವು ನೋಡಿದ್ದೇವೆ. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ಬೇಕಾದದ್ದು ಗೆಲುವು. ಅದು ಹೇಗೆ ಎನ್ನುವುದು ಯಾರಿಗೂ ಬೇಕಿಲ್ಲ. ಒಟ್ಟು ಗೆದ್ದರೆ ಸಾಕು. ಓಡುವಾಗ ಪಕ್ಕದವನ ಕಾಲು ಮುರಿದಾದರೂ ಸರಿ ಗುರಿ ಮುಟ್ಟಬೇಕು. ಇದು ಈಗಿನ ವ್ಯವಹಾರದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು.

ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಸಾಧ್ಯವಾದ್ದದ್ದು ಗೋಳಿಕರಣದ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ, ಗೋಳಿಕರಣದ ಛಾಯೆಯಲ್ಲಿ ಹೊಸದಾಗಿ ಸೃಷ್ಟಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಅರ್ಥ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಹಣವೇ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಮಾನ

ದಂಡವಾಯಿತು. ಜೊತೆಗೆ ವ್ಯವಹಾರದ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ಕೂಡ ಯಶಸ್ಸಿನ ತರ್ಕ ಬದ್ಧ ಮಾಪನವನ್ನಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಲಾಯಿತು. ಇವೆಲ್ಲವನ್ನು ಸಾಧಿಸಬೇಕಿದ್ದರೆ ಕೆಲವು ಪ್ರಮಾಣಗಳನ್ನು ಆತ ರೂಢಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲೇಬೇಕಿತ್ತು. ಅವು ನೈತಿಕವಾದವೋ ಇಲ್ಲೋ, ಅವು ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ಸರಿ ಬರುತ್ತದೋ ಇಲ್ಲವೋ, ಮತ್ತೊಬ್ಬರು ಇದರಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಅದರಿಂದ ಅವರ ಮನಸ್ಥಿತಿಯ ಮೇಲೆ ಇದು ಕೆಟ್ಟ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೋ, ಇಲ್ಲವೋ ಅದು ಯಾವುದೂ ವ್ಯವಹಾರಿಕನಿಗೆ ಬೇಕಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಮುಖ್ಯವಾದ್ದದ್ದು ಗೆಲುವು. ತಾನು ಮುಂದಿರಬೇಕು ಅಷ್ಟೇ. ವಾಹಿನಿಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲೂ ಈ ಮಾತು ದಿಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವ ಪ್ರಕಾರದ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಯಾವಾಗ ಹಾಕಬೇಕು. ಈ ಮೊದಲೇ ತಿಳಿಸಿದಂತೆ ವಾಹಿನಿಗಳು ಕಾಲಿಟ್ಟ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇಡೀ ಸಂಸಾರವನ್ನು ಗುರಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಬರುತ್ತಿದ್ದವು. ಸ್ಪರ್ಧೆಯ ಮನೋಭಾವ ವಿಪರೀತವಾಗಿ ತಲೆ ಹೊಕ್ಕಾಗ ವಿಭಿನ್ನ ಪ್ರಕಾರದ ಪಥ್ಯಗಳು ಪರದೆಯಲ್ಲಿ ಮೂಡತೊಡಗಿದವು. ಅದು ಬೇಕಿತ್ತೋ, ಇಲ್ಲವೋ ಆದರೆ ಈ ಪ್ರಕಾರವನ್ನು ನೀವು ಈಗ ನೋಡಲೇಬೇಕು ಎಂದು ಹೇರುತ್ತಾ ಹೇರಿದ ಬೆರಗಿನಿಂದಲೇ ಜನರು ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗ ಅದನ್ನೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಎಂದಂತೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಅದೇ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ರೂಢಿ ಮಾಡಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ ವಾಹಿನಿಯವ. ಹಾಗಾಗಿ ಒಂದೊಂದು ವಾಹಿನಿಯ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಒಂದೊಂದು ಪ್ರಕಾರದ ಪಥ್ಯಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತವೆ. ಪ್ರಧಾನವಲ್ಲದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲದ್ದರಿಂದ ಗಂಭೀರವಾದ ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮಾಡಬಾರದು ಎಂಬುದು ಒಂದು ನಿಯಮ. ತಾವೇ ಹಾಕಿಕೊಂಡ ಒಂದು ನಿಯಮ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವಾಹಿನಿಯವರೇ ವಾಖ್ಯಾನಿಸುವಂತೆ ಸಣ್ಣ, ಪುಟ್ಟ ಧಾರವಾಹಿಗಳು ಹೆಚ್ಚೇನು ಗಂಭೀರವಲ್ಲದ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು, ಕೇವಲ ಮನೆಯಲ್ಲಿರುವ ಗೃಹಿಣಿಯರಿಗಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳು. ಮೇಲಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪುನರಾವರ್ತಿತ ವಾಗುತ್ತವೆ. ಕಾರಣ ರಾತ್ರಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾಲದವರೆಗೂ ಎಚ್ಚರವಿದ್ದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನೋಡಲಾಗದ ವಯೋವೃದ್ಧರು ಮತ್ತು ಅಡುಗೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ, ಮಾರನೆಯ ದಿನದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗಾಗಿ ತಯಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದು ಆ ಸಮಯದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ನೋಡಲು ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಗೃಹಿಣಿಯರಿಗಾಗಿ ಮಧ್ಯಾಹ್ನದ ವೇಳೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಟಿ ವಿ ಟಿ ಸಮೀಕ್ಷೆಯೇ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಮಾನದಂಡಗಳಾಗುತ್ತವೆ. ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೇ ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಪಾಲುದಾರರಾದ್ದರಿಂದ ಜಾಹೀರಾತು ಕಂಪೆನಿಯವರು,

ವಾಹಿನಿಯವರು ಮತ್ತು ತತ್ಸಂಬಂಧಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತಿರುವವರು ಅಂದರೆ ಪತ್ಯಗಳ ನಿರ್ಮಾಪಕರು, ನಿರ್ದೇಶಕರು ಮುಂತಾದವರು ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನೇ ತಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ಕೆ ದಿಕ್ಸೂಚಿಯನ್ನಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಕೆಳಗೆ ಕೊಟ್ಟಿರುವ ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ನೋಡಿ.

Channel	Wk 41'13	
	TVT	GRP
KARNATAKAGE	229463	1619
A	87578	618
C	50165	354
B	48646	343
D	28097	198
E	28066	198
F	24588	173
G	16545	117
H	11075	78
I	8291	59
J	11521	81
K	9254	65
L	5984	42
M	4072	29
N	4187	30
O	5715	40
P	3222	23
Q	2506	18
R	2817	20
S	2847	20
T	452	3

೨೦೧೩ರ ೪೧ನೇ ವಾರದಲ್ಲಿ ಅಂದರೆ ವಾಹಿನಿ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿನ ವಾಹಿನಿಗಳ(ಮನರಂಜನೆ ಮತ್ತು ಸುದ್ಧಿವಾಹಿನಿಗಳು ಸೇರಿಕೊಂಡಿವೆ) ಪ್ರದರ್ಶನದ ಬಗೆಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮೇಲೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತಿರುವ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ನೋಡಬಹುದು. ಹೆಚ್ಚು ಟಿಆರ್‌ಪಿಯನ್ನು ಪಡೆದ ವಾಹಿನಿಯು

ಮೊದಲ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ. ಮೇಲಿನ ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಮುಂದಿನ ಕಾರ್ಯ ಸೂಚಿಯನ್ನು ತಯಾರುಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ವಾಹಿನಿಗಳ ವಾಡಿಕೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ರಾಷ್ಟ್ರ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಜನಪ್ರಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಾಗ ಸ್ವಲ್ಪ ಮಟ್ಟಿಗಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಈ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಪಂದ್ಯಾವಳಿಗಳು ಜರುಗುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅಂಕಿಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಅಸಹ್ಯಪಡುವಷ್ಟು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿರುವ ಐಪಿಎಲ್ ಕ್ರಿಕೆಟ್ ಪಂದ್ಯಾವಳಿಗಳು ನಡೆಯುವಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಂತೂ ಯಾವುದೇ ವಾಹಿನಿಯವರು ಹೊಸ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಆ ಪಂದ್ಯಾವಳಿಗಳು ಸಂಜೆ ೪ ರಿಂದ ರಾತ್ರಿ ಹನ್ನೊಂದರ ವರೆಗೆ ನಡೆಯುತ್ತವಾದ್ದರಿಂದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೆಲ್ಲರ ಕಣ್ಣುಗಳು ಅಲ್ಲಿಯೇ ನೆಟ್ಟಿರುತ್ತವಾದ್ದರಿಂದ ಹೊಸ ಪಠ್ಯಗಳು ಪ್ರಸಾರದ ಭಾಗ್ಯ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವವರ ಮೇಲೆ ಅಷ್ಟೇನೂ ಒತ್ತಡವೂ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.

ಇನ್ನು 'ಸಮಯಗಳ' ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಬರೋಣ. ಸಮಯದ ಮತ್ತು ದಿನಗಳ ವಿಭಜನೆ ಪಠ್ಯ ರೂಪಿಸುವ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ತೆಕ್ಕೆಗಿಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಮೂಲಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನೂ ಅಳೆಯುವ ಸಾಧನವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಪ್ರಧಾನವಾದ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದ್ಯತೆಯಿರುತ್ತದೆ. ಕೆಳಗಿನ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು.

Channel	Daypart	Time Band	WK 41	
			TVT	GRP
Any Channel	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	204880	1446
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	216719	1529
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	75686	534
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	99083	699
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	54700	386
Total GRPs			**651068**	**4594**
C	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	22403	158
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	10642	75
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	8708	61
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	6863	48
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	1549	11
Total GRPs			**50165**	**354**

Channel	Daypart	Time Band	WK 41	
			TVT	**GRP**
A	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	39146	276
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	25442	180
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	9876	70
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	8710	61
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	4404	31
Total GRPs			**87578**	**618**
B	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	20803	147
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	16939	120
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	2978	21
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	5656	40
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	2270	16
Total GRPs			**48646**	**343**
D	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	11169	79
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	8588	61
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	3714	26
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	2553	18
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	2073	15
Total GRPs			**28097**	**198**

ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆಯು ಆಯಾ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಆಯಾ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಯಾವ ರೀತಿ ಪರಿಣಾಮವನ್ನುಂಟು ಮಾಡಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತವೆ. ಗಮನವಿಟ್ಟು ನೋಡಿದರೆ ಪ್ರತಿ ದಿನದ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಯಶಸ್ಸೇ ವಾಹಿನಿಯ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಸಾರುತ್ತದೆ. ಇದರ ಅರ್ಥ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ತಮ್ಮ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಮಾದ್ಯಮದ ಮುಂದಿಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು. ಮತ್ತು, ಮಾದ್ಯಮವನ್ನು ತಮ್ಮ ಅನೇಕ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬದನ್ನೂ ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆಯು ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.

ಅಗತ್ಯವೆಂದರೆ, ಮನರಂಜನೆಗಾಗಿ, ದಣಿವಾಗಿ ಮನೆಗ ಬಂದಾಗ ಮನಸ್ಸಿನ ಉಲ್ಲಾಸಕ್ಕಾಗಿ, ದಿನಪೂರ್ತಿ ನಡೆಯುವ ರಾಜಕೀಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ, ತಾನು ಹಾತೊರೆಯುತ್ತಿದ್ದ ತನ್ನ ಇನ್ನೊಂದು ಪಾತ್ರ ಸಮೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ... ಹೀಗೆ ತನ್ನ ಅನೇಕಾನೇಕ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆಂದು ಮೇಲಿನ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿರುವ ಅಂಕಿಗಳು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

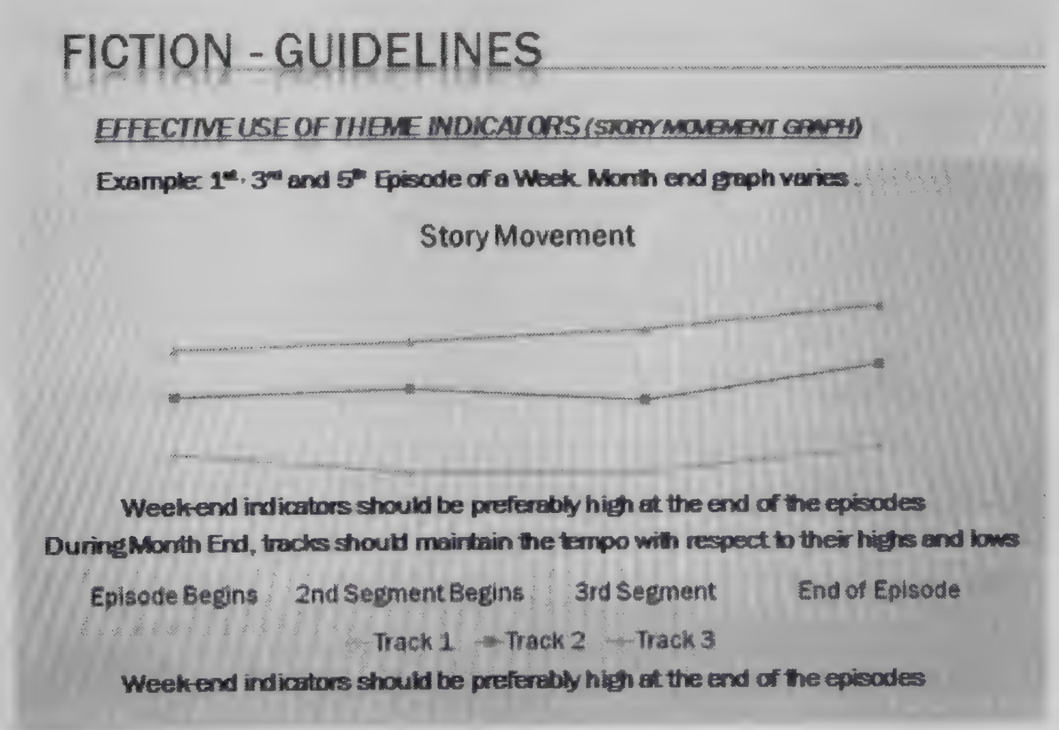
೫.೪. ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಥ್ಯ ರಚನಾಕ್ರಮ

ಈ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಇಲ್ಲಿಗೇ ನಿಲ್ಲುವುದಿಲ್ಲ. ವಾಹಿನಿಯ ಪ್ರತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮೇಲೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಭಾವವನ್ನೂ ಅದು ಗುರುತಿಸುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ವಾಹಿನಿಯ ಪಥ್ಯ ಸೂಚಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳಿಗೆ ನೇರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಯದಲ್ಲಿಯೇ ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ನೋಡಲೇಬೇಕೆಂದು ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆಯ ಧಾರಾವಾಹಿಗಳು ಪ್ರಸಾರವಾಗುತ್ತವೆ. ವಾಹಿನಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಈ ಸಮಯಕ್ಕೇ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಆಗಲೇ ಹೇಳಿದ್ದಾಗಿದೆ. ಇಂಥಾ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯಿರುವ ಈ ಸಮಯದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳ ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನೂ ನಾವು ಗಮನಿಸಬಹುದು.

Channel	Daypart	Time Band	WK 41	
			TVT	GRP
Total GRPs			**651068**	**4594**
C	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	22403	158
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	10642	75
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	8708	61
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	6863	48
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	1549	11
Total GRPs			**50165**	**354**
A	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	39146	276
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	25442	180
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	9876	70
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	8710	61
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	4404	31
Total GRPs			**87578**	**618**
B	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	20803	147
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	16939	120

Channel	Daypart	Time Band	WK 41	
			TVT	GRP
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	2978	21
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	5656	40
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	2270	16
Total GRPs			**48646**	**343**
D	Weekdays (Mon-Fri) - PT	18:00 - 2300 HRS	11169	79
	Weekdays (Mon-Fri) - NPT	08:00 - 18:00 HRS	8588	61
	Weekend (Sat-Sun) - PT	18:00 - 2300 HRS	3714	26
	Weekend - NPT	08:00 - 18:00 HRS	2553	18
	Others (Alldays)	02:00-08:00/23:00-02:00 HRS	2073	15
Total GRPs			**28097**	**198**

ಮೇಲಿನ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಡಿ ವಾಹಿನಿಯು ಹೆಚ್ಚು ಜನ ನೋಡುವಂಥ, ಹೆಚ್ಚು ಹಣ ಬರುವಂಥ, ತನ್ನ ವಾಹಿನಿಯ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಸಾರುವಂಥ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಯದಲ್ಲಿಯೇ ತನ್ನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ನೆಲಕಚ್ಚಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ನೇರ ಕಾರಣ ಆತನ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿನ ಲೋಪಗಳು. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅವುಗಳನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇದನ್ನು ಮನಗಂಡ ವಾಹಿನಿಯವ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಕಾರ್ಯಪ್ರವೃತ್ತನಾಗುತ್ತಾನೆ. ಆತನ ತಯ್ಯಾರಿ ಯಾವಾಗಲೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೇಂದ್ರಿತ. ಆತ ತನ್ನ ಪಠ್ಯದ ಮೂಲವಾದ ಶೈಲಿಪತ್ರ ಒಂದನ್ನು ತಯಾರು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಕಥೆಯ ಆಯ್ಕೆ, ಭಾಷೆಯ ಆಯ್ಕೆ, ನಿರ್ಮಾಪಕರಿಗೆ ಸೂಚನೆ, ನಿರ್ದೇಶಕರಿಗೆ ಸೂಚನೆ, ಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್ ಕಲಾವಿದರಿಗೆ ಸೂಚನೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾ ಬರಹಗಾರರಿಗೆ ಕಥೆಯ ರಚನಾ ಕ್ರಮವನ್ನೂ ಸೂಚಿಸುತ್ತಾನೆ!



ಮೇಲಿನ ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿರುವಂತೆ ಪ್ರತಿ ದಿನವೂ ಸಾಗುವ ಕಥೆಯ ಓಟ ಹೇಗಿರಬೇಕೆಂದು ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸಂಚಿಕೆ ಶುರುವಾದಾಗ ಧಾರಾವಾಹಿಯ ಎರಡನೇ ಮತ್ತು ಮೂರನೇ ಉಪಕಥೆಗಳು ನಿಧಾನಗತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಗತಿ ಸಾಧಿಸಬೇಕು. ಮೊದಲನೇ ಉಪಕಥೆ ಹಿಂದಿನ ಸಂಚಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಧಿಸಿದ್ದ ಸಮತೋಲನಾ ಸ್ಥಿತಿಯಿಂದ ಮೆಲ್ಲನೆ ಜಾರಬೇಕು. ಇದು ಜಾರಿದಂಥ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮಿಕ್ಕೆರಡು ಉಪಕಥೆಗಳು ಏರುಮುಖಿ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡಿರಬೇಕು. ಈ ಚಲನೆ ಮೊದಲ ಆರರಿಂದ ಎಂಟು ನಿಮಿಷಗಳವರೆಗೆ. ಅಲ್ಲಿಗೆ ಎರಡು ನಿಮಿಷದ ಸಣ್ಣ ಬಿಡುವು. ಬಿಡುವಿನ ವೇಳೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಬೇರೆ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ನಿರತನಾದರೂ ಅವನಿಗೆ ಈ ಚಲನೆ ಮನದಲ್ಲುಳಿದಿರುತ್ತದೆ. ಬಿಡುವಿನ ನಂತರ ಎರಡನೇ ಭಾಗದ ಆರಂಭ. ಇಲ್ಲಿ ಕೆಳ ಜಾರಿದ ಉಪಕಥೆ ಸಮಸ್ಥಿತಿಯತ್ತ ಮುನ್ನಡೆಯಬೇಕು. ಎರಡನೇ ಉಪಕಥೆ ಜಾರುವ ಹಂತ ತಲುಪಬೇಕು. ಮೂರನೇ ಉಪಕಥೆ ಏರುಮುಖಿಯಾಗಿರಬೇಕು. ಮೂರನೇ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಮೊದಲೆರಡು ಉಪಕಥೆಗಳು ತಾವು ಈ ವರೆಗೂ ಪಡೆದ ಸ್ಥಾನದಿಂದ ಏರುಮುಖಿಗಳಾಗಬೇಕು ಮತ್ತು ಒಂದು ಉಪಕಥೆ ಜಾರುವ ಹಂತ ತಲುಪಬೇಕು. ಏರುಮುಖಿಯಾಗಿ ಸಾಗುತ್ತಿರುವ ಉಪಕಥೆಯೇ ಈ ಹಂತ ತಲುಪಿದರೆ ಸಂಚಿಕೆ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿಗೆ ಆ ದಿನದ ಸಂಚಿಕೆ ಮುಕ್ತಾಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪ್ರತಿವಾರದ ಮೂರು ಮತ್ತು ಐದನೇ ಸಂಚಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಏರುವ ಮತ್ತು ಬೀಳುವ ಕ್ರಮಗಳು ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡಿರಬೇಕು! ಅಂದರೆ ಕಥೆ ಬರೆಯುವವರಿಗೇ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಕೊಡುತ್ತದೆ ಮಾಧ್ಯಮ. ಕಾರಣ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಂದ ಉಪೇಕ್ಷೆ ಗೊಳಪಡುವ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಅದು ನಿರಾಕರಿಸುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕೆ ಅಂಜುತ್ತದೆ! ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಮಾಧ್ಯಮ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಅದರ ಅರಿವು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಥರಹೇವಾರಿ ಪಥ್ಯಗಳಿಂದ ಅವನನ್ನು ರಂಜಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಆತ ಬಿಟ್ಟು ಹೋಗದಿರಲೆಂದು ಅವನಿಗಾಗಿಯೇ ಅನೇಕ ಪರಸ್ಪರ ಸಂಬಂಧಗಳೇರ್ಪಡುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅವನಿದ್ದಲ್ಲಿಗೇ ಹೋಗಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಅವನನ್ನು ತನ್ನ ಕಾರ್ಯಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೇ ಕರೆಸಿ ಮರ್ಯಾದೆ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ಇನ್ನೂ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಸುಮ್ಮನೇ ಫೋನಾಯಿಸಿ "ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಮ್ಮ ಪರಿವಾರಕ್ಕೆ ಆಹ್ವಾನಿಸುತ್ತಿದ್ದೇವೆ" ಎಂದು ಅವನಿಗೆ ಬಹುಮಾನಗಳ ಸಮ್ಮಾನಗಳ ಸುರಿಮಳೆಯನ್ನೇ ಕರೆಯುತ್ತಾನೆ. ಮತ್ತೂ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಇಷ್ಟವಾಗುವ ನಟನನ್ನೋ ನಟಿಯನ್ನೋ ಅವನ ಮನೆಗೇ ಕರೆದುಕೊಂಡು

ಹೋಗುತ್ತಾನೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಆತ ಕೊಡುವ ಹಿತವಾದ ಈ ಆಶ್ಚರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಆವನಿಗೇನೋ ಖುಷಿ, ಅದಕ್ಕಾಗಿ ತಕ್ಕಷ್ಟು ಖರ್ಚು ಮಾಡಲೂ ಸಿದ್ಧ. ನಮ್ಮ ಪಾರಂಪರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ್ಯಾವುವೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಇಷ್ಟು ಹಿಗ್ಗಿಸಿರಲಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೇ ತಮ್ಮ ಸಂತೋಷಕ್ಕೆ, ತಮ್ಮ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಸಮಾಜದ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂಥೆ ಅವುಗಳನ್ನು ತಿದ್ದಿ ತೀಡಿದರು. ಬೆಳೆಸಿ ಉಳಿಸಿದರು ಕೊನೆಗೆ ಹೊಸ ಆಸೆಗಳ ಆಕ್ರಮಣದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಬೀಳಿಸಿದರೂ ಕೂಡ!

ತನಗೂ ಎಲ್ಲಿ ಆ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ತರುತ್ತಾನೆ ಎಂದು ಎಚ್ಚರಗೊಂಡ ಆಧುನಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನೇ ಸೃಷ್ಠಿ ಮಾಡಿದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ದಿನನಿತ್ಯದ ಮತ್ತು ಅವನ ಸಾಂತ್ವನ ಬದುಕಿನ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಬೇಕುಗಳನ್ನು ತನ್ನ ನೆರಳಿನಲ್ಲಿಯೇ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿದೆ. ಪೂಜೆ–ಪುನಸ್ಕಾರ, ಆರಾಧನೆ, ಜ್ಯೋತಿಷ್ಯ, ವಿದ್ಯೆ, ಆಟ, ಮೈಥುನ ಮತ್ತು ಅವನು ಕೇಳಿದ್ದೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಕೇಳಬಹುದಾದೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಅವನ ಮುಂದೆ ಚೆಲ್ಲುತ್ತಿದೆ. ಮುಗಿಬಿದ್ದು ಇವುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡರೂ ಮುಗಿಯದು...ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿ ಆಸ್ವಾದಿಸುವಷ್ಟರಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದು ಮಗದೊಂದು ಹೀಗೆ ಚೆಲ್ಲುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ. ಹೆಕ್ಕಿ ಹೆಕ್ಕಿ ತೆಗೆಯುವ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತನ್ನನ್ನು ತಾನೇ ಮರೆತು ಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ. ಅವುಗಳ ಗುಣಾವಗುಣಗಳನ್ನು ವಿಷ್ಲೇಶಿಸುವುದಿರಲಿ ಅವು ತನಗೆ ಯಾವ ರೀತಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿಯಾವು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಕೂಡ ಯೋಚಿಸುವ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿಲ್ಲ. ಯೋಚಿಸುವ ಸಮಯವನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ಕೊಡುತ್ತಿಲ್ಲ. ಸಮಯ ಕೊಟ್ಟರೇ ಅವ ಬಿಟ್ಟು ಹೋಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯೇ ಹೆಚ್ಚು. ಹಾಗಾಗಿ ಆತನ ಅಹಂಕಾರವನ್ನು ತಣಿಸುತ್ತಲೇ ಸಾಗಿದೆ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಏನು ನೋಡಿದರೆ ಒಳ್ಳೆಯದು, ಏನು ನೋಡಿದರೆ ಕೆಟ್ಟದ್ದು ಎಂದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೇ ಹೇಳಿಕೊಡುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಮಯಬಂದಾಗಲೆಲ್ಲಾ ತನ್ನ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯನ್ನು ಜಾರಿಯಲ್ಲಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ (ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಲೋಕಪಾಲ್ ಬಗೆಗೆ ಅಣ್ಣಾ ಹಝಾರೆ'ಯವರ ಪ್ರತಿಭಟನೆಯನ್ನು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಘಟನೆಯೆಂಬಂತೆ ಬಿಂಬಿಸಿದ್ದು ಮತ್ತು ನಮ್ಮನ್ನು ನಂಬಿಸಿದ್ದು!) ಮಾಧ್ಯಮ ಹೀಗೆ ಮಾಡುವುದು ಯಾರ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ?

ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ಮರ್ಯಾದೆ ಮಾಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ, ತನ್ನೆಲ್ಲಾ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಪೂರೈಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಪುಗಸಟ್ಟೆಯಾಗಿ ಈ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಪಡೆದವನಲ್ಲ. ಅಥವಾ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇದಕ್ಕೆಲ್ಲ ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ಚಂದಾ ಕಟ್ಟುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅವನಿಗೆ

ಅವ ಕೇಳುವ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಡಿಮ್ಯಾಂಡೋ ಡಿಮ್ಯಾಂಡು–ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ. ತನ್ನ ಹಣ ತೆತ್ತು ತನಗೆ ಬೇಕಾದ್ದನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಚಂದಾದಾರನಾದನೆಂದ ಮೇಲೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಹಣೆಪಟ್ಟಿ ತಾನಾಗಿಯೇ ಕಳಚಿ ಗ್ರಾಹಕನಾದ! ಹಾಗಾಗಿ ತನಗೆ ಬೇಕಾದ ಸಮಯಕ್ಕೆ ತನಗೆ ಅನುಕೂಲವಾದ ಹಾಗೆ ಬೇಕಾದ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಮಾಧ್ಯಮದವರೂ ತಮ್ಮ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಬಳಕೆಗಿಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಒಂದು ಕೊಂಡರೆ ಮತ್ತೊಂದು ಪುಗಸಟ್ಟೆ ಇರಲೇ ಬೇಕಲ್ಲ. ಹಣ ಕೊಟ್ಟು ಚಂದಾದಾರನಾಗಿದ್ದಕ್ಕೆ ಮಾಧ್ಯಮ ತಾನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿರುವ ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೊಳಕ್ಕೆ ಪುಗಸಟ್ಟೆ ಎಂಟ್ರಿ ಕೊಡಿಸಿದೆ. ಅದೂ ಅಜೀವ ಪರ್ಯಂತ!

ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಮಾಧ್ಯಮ–ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ

ಆರನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಮಾಧ್ಯಮ-ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ

ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅಳೆದು ಕೊಡುವ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳು ಪ್ರತಿ ವಾರ ಬಂದಾಗ ಉತ್ತಮ ಅಂಕಗಳು ಬಂದಿದ್ದರೆ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವವರ ಸಂಭ್ರಮ ಹೇಳತೀರದು.. ಆದರೆ ಅದೇ ರೀತಿ ಮುಂದಿನ ವಾರ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಕಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದ್ದರೆ ಅವರ ಮುಖದ ಮೇಲಿನ ಮುಖದ ಕರಿ ನೆರಳು ನೋಡಲಿಕ್ಕಾಗದು.. ಇಷ್ಟು ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಸ್ಫುರಿಸುವ ವಾಹಿನಿಯ ಈ ವ್ಯವಹಾರ ಯಾಕೆ ಹೀಗೆ..? ಈ ಭಾವನೆಗಳ ಅತಿರೇಕ ಯಾಕೆ..? ಹೇಳಿ, ಕೇಳಿ ಮನರಂಜನೆ ಕೊಡುವವ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ನೋಡಬೇಕು ಎಂದಿರುತ್ತದೋ, ಇಲ್ಲವೋ.. ಅದನ್ನು ನಾವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದರೆ ಕುಣಿದಾಡುತ್ತಾನೆ. ಸ್ವೀಕರಿಸಿಲ್ಲ ಅಂದರೆ ದುಃಖಪಡುತ್ತಾನೆ. ಹೀಗೆ ಆಗುವುದು ಯಾಕೆ..?

ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಈ ಅಂಕಿ ಅಂಶಗಳ ಏರುಪೇರು, ಅವನ ವಹಿವಾಟಿನ ಮೇಲೆ ನೇರ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಅಂಕಿಗಳು ಸರಿಯಾಗಿ ಬಂದರೆ, ವಹಿವಾಟು ಜೋರು ಇರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಕುಸಿದು ಬೀಳುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ವಾಹಿನಿಯವ ತನ್ನ ಎಲ್ಲಾ ವ್ಯವಹಾರದ ಕೇಂದ್ರವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಇಟ್ಟು ತನ್ನ ಲಾಭಕ್ಕೆ ಕಾಯುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಅಂತಾಯ್ತು. ಮೇಲಾಗಿ ತನ್ನ ಲಾಭಕ್ಕೆ ಅನುಕೂಲವಾಗುವಂತೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ವಿಘಟಿಸಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ. ಕ್ರಮೇಣ ವಾಹಿನಿಯವ ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದ. ಪೂರ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಉದ್ಯಮಿ. ಯಾವುದೇ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಥವಾ ಸಮುದಾಯದ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ತನ್ನ ಮೇಲೆ ಹೇರಿಕೊಳ್ಳದೇ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವ, ಆ ಮೂಲಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುವ, ಮತ್ತಿನ್ನದರ ಮೂಲಕ ತನ್ನ ವಹಿವಾಟಿನ ಗುಣಗಳನ್ನು ಮೇಲ್ದರ್ಜೆಗೆ ಏರಿಸುವ ಹುನ್ನಾರದಿಂದ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಉದ್ಯಮಿಯೂ ಆದ. ತನ್ನ ವಹಿವಾಟಿನ ಯಶಸ್ಸಿಗಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ವಿಘಟಿಸಿದ. ಇದೇ ವಿಘಟಿತವಾದವನ್ನು ಮುಂದಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಆರ್ಥಿಕ ಶೋಷಣೆಯತ್ತ ಹೆಜ್ಜೆ

ಹಾಕಿದ. ಒಬ್ಬ ಉದ್ಯಮಿಗೆ ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಉದ್ಯಮಿಯೇ ಸ್ನೇಹಿತ. ಆ ಅರ್ಥದಲ್ಲಿ ಅವರು ಸಹೃದಯರೇ.. ಹೀಗಾಗಿ ಓಂ ಪ್ರಥಮದಲ್ಲಿ ಇವನ ಬಳಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೇ ಓಡಿ ಬಂದಿತ್ತು. ಕಾರಣ ವಾಹಿನಿಯ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಅಸಂಖ್ಯಾತ ನಾನಾ ವರ್ಗದ ಭಿನ್ನ ಆರ್ಥಿಕ ಶಕ್ತಿಯ ಕೊಳ್ಳುವವರು ಇಕ್ಕಿರಿದಿದ್ದರು. ಈ ಉದ್ಯಮಿಗೋ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಿಸಿಕೊಡಲು ಈ ವಾಹಿನಿಯೇ ತಕ್ಕ ವ್ಯಕ್ತಿ ಎಂದೆನಿಸಿತು. ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಜನರ ಬಳಿ ಕೊಂಡೊಯ್ಯಲು ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗೆಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಲು ವಾಹಿನಿಯ ಪಠ್ಯಗಳೇ ಸೂಕ್ತವೆನಿಸಿದವು. ವಾಹಿನಿ ಕೇಳಿದ್ದಷ್ಟು ಹಣ ಕೊಟ್ಟು ವಾಹಿನಿಯ ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನದೊಂದಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವನು ನಮ್ಮ ಮನೆಯೊಳಗೆ ಕಾಲಿರಿಸಿದ. ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ತೆರೆದಿಟ್ಟ. ತೀರಾ ವೈಯಕ್ತಿಕವಾದ ಪರಿಚಯದಂತಿತ್ತು ಆತನ ಆಗಮನ. ಕಾರಣ, ಈವರೆಗೂ ಅವನ್ನೆಲ್ಲಾ ಹಾದಿ ಬೀದಿಯ ಗೋಡೆಯ ಮೇಲೋ, ಇಲ್ಲವೇ ರಸ್ತೆಯ ಇಕ್ಕಲಗಳಲ್ಲಿ ರಂಗು ರಂಗಿನ ಪ್ರಚಾರದ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಕಂಡಿದ್ದವು. ಈಗ ನಾವಿದ್ದ, ನಮ್ಮ ಸಂಸಾರದೊಂದಿಗಿದ್ದ, ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸು ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಗಳ ನೆಮ್ಮದಿಯ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿದ್ದ ನಮ್ಮ ಮನೆಯೊಳಗೆ ಕಾಲಿಟ್ಟುಬಿಟ್ಟಿದ್ದ ಮಾಧ್ಯಮ ಪಠ್ಯಗಳ ಮೂಲಕ. ಅವನನ್ನು ಹೊರಗೆ ಕಳಿಸಲು ನಮಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾದರೂ ಹೇಗೆ..? ಯಾಕೆಂದರೆ, ಈಗಾಗಲೇ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅವನ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಬಿಟ್ಟು ನಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಆಶಯಗಳಿಗೆ, ನೆಮ್ಮದಿ, ಸಂತೋಷಗಳಿಗೆ ಲೋಕವೊಂದನ್ನು ಕಂಡು ಕೊಂಡಿದ್ದೆವು. ಆ ಮೂಲಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅಧೀನರಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೆವು. ಅಧೀನತೆಯೇ ಚಟವಾಗಿ ಮಾರ್ಪಾಡಾಗಿತು. ಇವೆರಡು ಒಂದರೊಳಗೆ ಒಂದು ಸೇರಿಕೊಂಡು ನಮ್ಮನ್ನು ಸುತ್ತುವರೆದು ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಠ್ಯದ ಲೋಕಕ್ಕೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಶರಣು ಹೋಗುವಂತೆ ಮಾಡಿತ್ತು. ಈಗ ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ಬಂದಿದ್ದರೆ ಅವನನ್ನು ಓಡಿಸಬಹುದಿತ್ತು. ಯಾಕೆಂದರೆ, ಈಗಾಗಲೇ ಈ ಚಟ ನಮ್ಮ ಬೆನ್ನು ಹತ್ತಿತ್ತು. ಇನ್ನೊಂದು ನಮಗೆ ಬೇಕಾಗಿರಲಿಲ್ಲ.

ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದಲೇ ಇನ್ನಷ್ಟು, ಮತ್ತಷ್ಟು, ಮಗದಿನ್ನಷ್ಟು ಸಿಗುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ನಾವು ಆಗಲೇ ಕಂಡುಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೆವು. ಆದರೆ ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವ ಜಾಣ. ಜಗತ್ತನ್ನು ತನ್ನ ಮುಷ್ಠಿಯಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಹಸದ ವಾಸ್ತವತೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡವ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಬಂದ ಸಂಗತಿಗಳಿಗೆ ಕ್ರಮೇಣ ನಾವು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ್ದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ. ಪಠ್ಯವೇನೋ ಇತ್ತು, ಸರಿ.. ಆದರೆ, ಪಠ್ಯಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿ ಕಂಡಿದ್ದು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು. ಕಾರಣ, ನೇರವಾಗಿ ಅವು ನಮ್ಮ ಬದುಕಿನ ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಬರುವಂಥವು. ಮೇಲಾಗಿ, ನಾವು ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡಿರುವ ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಭಾಸವ ಆಕರಗಳಿಗೆ ಬೇಕಾದ ಸಲಕರಣೆಯಂತೆ ಇದ್ದವು ಈ ಎಲ್ಲಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು. ಹಾಗಾಗಿ,

ಪತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಬಂದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು, ನಾವು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಹಿಡಿದುಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟೆವು. ಕೊಳ್ಳುಬಾಕ ಸಂಸ್ಕತಿಯ ವಾರಸುದಾರರಾಗಿ ರೂಪುಗೊಂಡೆವು. ನಮಗೆ ತಿಳಿಯದಂತೆಯೇ... ಬೇಡಾದ ವಸ್ತುಗಳಿಗೂ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಕಟ್ಟಿ ನೋಡತೊಡಗಿದೆವು. ನಮ್ಮ ಜೇಬಿಗೆ ಗೊತ್ತಾಗದಂತೆಯೇ... ಕೈಗೆ ಎಟುಕದ ಭ್ರಾಮಕ ಕನಸುಗಳನ್ನು ಸಾಕಾರ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಹರ ಸಾಹಸ ಮಾಡತೊಡಗಿದೆವು. ದೇಹ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಸುಸ್ತಾದರೂ ಈ ಲೋಕದೊಳಗೆ ಜಾರುತ್ತಾ ಸಾಗಿದೆವು. ಅದು ಗೊತ್ತಾಗದಂತೆಯೇ... ಈ ಎಲ್ಲವನ್ನು ಹಾಗೂ ಎಲ್ಲಾ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತಿದ್ದವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವ/ಉತ್ಪನ್ನದವ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಅದು ನಮಗೆ ಗೊತ್ತಾಗದಂತೆಯೇ... ಕ್ರಮೇಣ ನಾವು ಕೊಳ್ಳತೊಡಗಿದೆವು. ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಬರಲಿ, ಬಿಡಲಿ.. ಪತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವ ಸಾರಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದನಲ್ಲ, ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಯಾದರೂ ಕೊಳ್ಳಬೇಕಿತ್ತು. ಆಕರ್ಷಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದದ್ದೇ ಎಂದು ಆತ ನಮಗೆ ಹೇಳಿದ್ದನಲ್ಲ, ಹಾಗಾಗಿ ಅದು ನಮಗೆ ಬೇಕಿತ್ತು. ಕೊಳ್ಳತೊಡಗಿದೆವು. ಮಾಧ್ಯಮದವ ಈಗ ಅವನೊಳಗೆ ಒಂದಾಗಿದ್ದ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವನು ಯಾರು..? ಮಾಧ್ಯಮದವನು ಯಾರು..? ಗುರುತು ಹತ್ತದಾಯಿತು. ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಳಗೋ...ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಧ್ಯಮದೊಳಗೋ...?! ಇಬ್ಬರೂ ಒಂದಾಗಿ ಆರ್ಥಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ದೊಡ್ಡ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸನ್ನದ್ಧರಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದರು. ಅವರ ಹಪಾಹಪಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕುರಿಗಳಾಗಿ ಬಿಟ್ಟರು.

ಮಾಧ್ಯಮದ ಪತ್ಯಗಳು ನಮ್ಮನ್ನು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಒಳಗೆ ತಂದು ಬಿಟ್ಟವು. ನಮಗೆ ಅದು ರಂಜನೀಯವಾಗೇ ಇತ್ತು. ಸಂವಹನೆಯ ಸಾಧ್ಯತೆಯಲ್ಲಿ ಅದು ಅಡತಡೆಯೆಂದು ಗೊತ್ತಾದರೂ ಕೂಡ ಅದನ್ನು ನಾವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿಬಿಟ್ಟೆವು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಈ ಮೊದಲು ನಾವು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದ ರಸ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಹಿಂದೆ ಯಾವುದೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಚಾರಗಳ ಬೋರ್ಡುಗಳಿರಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಈಗ, ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಬೋರ್ಡ್‌ಗಳು ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣತೊಡಗಿತು. ಮಕ್ಕಳ ಆಟವಾದರೂ ಸರಿ, ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳೊಂದಿಗೆ ಸಂವಾದವಾದರೂ ಸರಿ, ವೈದ್ಯರೊಂದಿಗಿನ ಸಮಾಲೋಚನೆಯಾದರೂ ಸರಿ, ಹಿಂದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವನ ಬೋರ್ಡ್ ತೂಗು ಹಾಕಲಾಯಿತು. ಹೀಗೊಮ್ಮೆ ನೋಡಿದರೆ ಅದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿಯೇ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನಬೇಕು! ಇವಿಷ್ಟಕ್ಕೆ ಆತ ಸಮಾಧಾನ ಪಡಲಿಲ್ಲ. ನಿರ್ದೇಶಕ ಶ್ರಮ ಪಟ್ಟು ತನ್ನ ಕಥಾನಕಕ್ಕೋ, ತಾನು ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದ ರಸಪ್ರಶ್ನೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೋ ಹೆಸರು ಕೊಟ್ಟಿದ್ದರೆ, ಆ ಹೆಸರಿನ ಮುಂದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯವನ ಹೆಸರು ರಾರಾಜಿಸಲೇ ಇತ್ತು. ಅಲ್ಲಿಗೂ ಅವನಿಗೆ ತೃಪ್ತಿಯಾಗಲಿಲ್ಲ. ನಾನಾ ಬಗೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಹೆಸರಿನ ಕೆಳಗೆ ಉಪ ಸಾಲುಗಳನ್ನು

ಸೃಷ್ಟಿಸಿ, ಥರಹೇವಾರಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಜಾಹಿರಾತನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸತೊಡಗಿದ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಮಾಧ್ಯಮ ಪಠ್ಯದ ಅಂದರೆ, ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಬರುವ ಕಥಾನಕದ ಧಾರಾವಾಹಿಯ ಹೆಸರು 'ಬಹುರೂಪಿ' ಅಂದು ಕೊಳ್ಳೋಣ. ಈ ಮೊದಲು ಒಬ್ಬನೇ ಪ್ರಾಯೋಜಿಕನಿದ್ದಾಗ..–'ನಿರ್ಮಾ ಸಾಬೂನು ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುವ ಬಹುರೂಪಿ' ಅಂತ ಅಷ್ಟೇ ಇದ್ದಿದ್ದು. ಕ್ರಮೇಣ 'ನಿರ್ಮಾ ಸಾಬಾನು ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುವ ಬಹುರೂಪಿ ಎಂದೂ ಸಹ ಪ್ರಾಯೋಜಕರು ಬ್ರೂ ಕಾಫಿ' ಅಂತಾಯಿತು. ಇಷ್ಟಕ್ಕೇ ಅವನು ತೃಪ್ತಿ ಪಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲಿಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮದವನಿಗೂ ತೃಪ್ತಿಯಾಗಲಿಲ್ಲ. ಅವನಿಗೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಬೇಕಿತ್ತು. ಈಗ 'ನಿರ್ಮಾ ಪ್ರಾಯೋಜಿ ಸುತ್ತಿರುವ ಬಹುರೂಪಿ, ಸಹ ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುವವರು ಬ್ರೂ ಕಾಫಿ. ಸಹಾಯಕ ಪ್ರಾಯೋಜಕರು ಟಾಟಾ ಟೀ'. ಇಷ್ಟಕ್ಕೇ ತೃಪ್ತಿಯಾಯಿತೋ, ಸಾಧ್ಯವೇ ಇಲ್ಲ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ತಹ ತಹ ಎಷ್ಟು ವ್ಯಾಪಿಸಬೇಕಾಗಿತ್ತೆಂದರೆ ಪಠ್ಯದ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ತಾನು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ವರೆಗೂ ಮುನ್ನಡೆದ. 'ನಿರ್ಮಾ ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುತ್ತಿರುವ ಬಹುರೂಪಿ, ಸಹ ಪ್ರಾಯೋಜಕರು ಬ್ರೂ ಕಾಫಿ, ಸಹಾಯಕ ಪ್ರಾಯೋಜಕರು ಟಾಟಾ ಟೀ ಮತ್ತು ಪವರ್ಡ್ ಬೈ ಮಾರುತಿ ಕಾರ್' ಇಲ್ಲಿಯ ತನಕ ನಿಂತಿತು. ಸರಿ, ಹೆಸರಿನ ಜೊತೆ ಇಷ್ಟೆಲ್ಲಾ ತಳಕು ಹಾಕಿಕೊಂಡವೋ, ಕತೆಯೊಳಗೆ ಮುನ್ನಡೆದರೆ, ಅರ್ಧ ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ನಷ್ಟು ಈ ಪ್ರಾಯೋಜಕರ ಚಿತ್ರಗಳೇ ಮೂಡತೊಡಗಿದವು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಮೊದ ಮೊದಲು ಅವು ತೊಡರುಗಳು ಎಂದೆನಿಸಿದರೂ, ಕ್ರಮೇಣ ಎರಡನ್ನೂ ನೋಡಲು ಶುರು ಮಾಡಿದ. ಅಂದರೆ, ಭಿತ್ತರವಾಗುವ ಕತೆಯನ್ನು, ಜಾಹೀರಾತಿನ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನೋಡಲು ಶುರು ಮಾಡಿದ. ಈಗ ಅವನಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತು ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಪಠ್ಯವನ್ನು ನೋಡುವುದು ಸಹ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಪಠ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಜಾಹೀರಾತು ಬೇಕೇಬೇಕಾಯಿತು.

ಮಾಧ್ಯಮದವ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿದ್ದು ಈ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನೇ.. ಕಾರಣ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿ ದ್ವಿಗುಣವಾಗುತ್ತಿದ್ದ ಆರ್ಥಿಕ ಶಕ್ತಿಯ ಕಡೆಗೆ ಇವರಿಬ್ಬರ ಗಮನ ಕೇಂದ್ರಿಕೃತವಾಗಿತ್ತು. ನಮಗೆ ತಿಳಿಯದಂತೆಯೇ ನಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪಾಲಾಗತೊಡಗಿದವು. ಇದಕ್ಕೆ ನಮ್ಮ ವಿಪರೀತ ದುರಾಸೆಯನ್ನುತ್ತೀರೋ..? ಇದು ನಮ್ಮಿಂದ ಹುಟ್ಟಿದವು ಅಲ್ಲ.. ಮಾಧ್ಯಮದವ ಅದನ್ನು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿಸಿದವ. ಆ ಬೀಜವನ್ನು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ನೆಟ್ಟವ. ನಾವು ಅದಕ್ಕೆ ನೀರು ಎರೆದು ಪೋಷಿಸಿದವಷ್ಟೇ. ಆರ್ಥಿಕ ಶೋಷಣೆ ಅಂದರೆ ಇದೆಯಲ್ಲವೇ..?

ಈಗ ಪಠ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉತ್ಪನ್ನ ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಗಳ ಆಶಯ ಇವೇ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ತೂರಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮದ ಒಂದು ಪಠ್ಯ/ಟೆಲಿವಿಷನ್‌ನ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆನ್ನೆಲುಬಿಲ್ಲದೆ ಹೊರ ಬರಲಾರದು. ಮೇಲಾಗಿ ಪಠ್ಯವನ್ನು ರಚಿಸುವ

ಕ್ರಮದಲ್ಲಿಯೇ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಆಶಯವನ್ನು ಕೂಡ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸೇರಿಸಿ ಕೊಳ್ಳಲಾಗದಿದ್ದರೆ ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಮುಕ್ತಿಯೇ ದೊರೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ನಮಗೆ ತಿಳಿದೋ ತಿಳಿಯದೆಯೋ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ಎಲ್ಲಾ ಸ್ತರದೊಳಗೆ ಬಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಆತನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ನಿರೀಕ್ಷೆಯೇ ನಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಾಗುತ್ತಿವೆ. ನಾವು ಏನು ಬೇಡ ಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ಆತ ಮೊದಲೇ ನಿರ್ಧರಿಸಿ, ನಮ್ಮ ಮನಃಪಟಲದಲ್ಲಿ ಇಡುತ್ತಾನೆ. ನಮ್ಮ ಮೂಲಕ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಮುಂದಿಡುವ ಹಾಗೆ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ಕಾರಣ, ಬೇಡಿಕೆಗೊಂದು ತರ್ಕಬದ್ಧವಾದ ಹಂದರ ಸಿಗುತ್ತದೆ ಎಂದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೇ ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಬಿದ್ದು ಇದನ್ನು ನೀವು ಉಪಯೋಗಿಸಬೇಕು. ಈ ಉತ್ಪನ್ನ ನಿಮಗೆ ಬೇಕು ಎಂದು ಹೇಳುವಂತಾದರೆ ಅಥವಾ ಹೇರುವಂತಾದರೆ, ಸಾರಾಸಗಟಾಗಿ ನಮಗೆ ಸಂದೇಶ ಮೂಡಿ ಅದನ್ನು ದೂರ ತಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳೇ ಹೆಚ್ಚು. ಆದರೆ ನಮ್ಮಿಂದಲೇ ಆ ಬೇಡಿಕೆ ಬಂದಿದ್ದಾದರೆ ಪೂರೈಸುವುದು ಬಹಳ ಸುಲಭ. ಸಮಾಜದ ಜಾಗೃತ ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿ ಅರ್ಥಕ್ಕೊಗ್ಗುವುದು ಸಮಾಜದ ಸದಸ್ಯರಿಂದ ಬಂದ ಬೇಡಿಕೆಗಳು ಅಷ್ಟೇ. ಬಾಹ್ಯ ಶಕ್ತಿಗಳಿಂದ ಇಂಥ ಬೇಡಿಕೆಯೇ ಬಂದದ್ದಾದರೆ ಯಾವತ್ತೂ ಕೂಡ ಅದರ ಸಂದೇಹದಿಂದಲೇ ನೋಡುವಂತಾಗುತ್ತದೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಜಗತ್ತಿಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿ ಬಿಸುಟುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಬಹಳ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದಾದರೆ ಶೀಘ್ರವಾಗಿ ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಸಮಾಜದ ಇನ್ನಿತರ ಚಿಂತನೆಗಳಿಂದ ದೂರ ಮಾಡಿ ಬಿಡುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮನ್ನು ಒಂಟಿ ಮಾಡಿ ಬಿಡುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಯಾರೂ ಕೂಡ ಅದನ್ನು ವಿರೋಧಿಸುವ ಧೈರ್ಯ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ.

ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟಿದ್ದ ಮೌಲ್ಯಗಳಾಗಲಿ, ನೈತಿಕತೆಯಾಗಲೀ ಮನುಷ್ಯರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಯಾವುದೇ ವಿಚಾರವಾಗಲೀ, ಕೆಲಮಟ್ಟಿಗೆ ಉಪಯೋಗಿಸಿ, ಆನಂತರ ಬಿಸುಡುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಕಲಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಹಾಗೇ. ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಡುವಂಥ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಂಥವೇ.. ಸದ್ದು ಗದ್ದಲವಿಲ್ಲದೇ ಸದಾ ನಮ್ಮ ಜೊತೆಯೇ ಇರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಈಗ ಇಲ್ಲ. ಉಪಯೋಗಿಸಿ ಬಿಸುಡುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನೇ ಅಂಥ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನೇ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಗೋಳೀಕರಣದ ಈ ಆಯಾಮ ಬೆಳೆಸುತ್ತಿದೆ. 'ಯುಟಿಲಿಟೇರಿಯಾನಿಸಂ' ಎಂದು ಇದನ್ನು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾಡುವುದು ಇಷ್ಟೇ. ಈ ವರ್ಗ ತಮ್ಮ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಹಿಂಜರಿಯುತ್ತದೆ ಎಂದು ಗೊತ್ತಾದ ತಕ್ಷಣ ತನ್ನ ಪಥ್ಯದ ದಾಟಿಯನ್ನು ಬದಲು ಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬಿಟ್ಟು ಹೋದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ವರ್ಗದ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತೆ

ಇರುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಹೊಸದಾಗಿ ಇನ್ನೊಬ್ಬ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಶಕ್ತಿ, ಕಲೆಗಾರಿಕೆ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಿದೆ. ಅದನ್ನು ಪ್ರಚುರಪಡಿಸುವ ತಂತ್ರಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಈಗಾಗಲೇ ತಿಳಿದುಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಮಾಹಿತಿಯ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂವಹನೆಯನ್ನೇ ನಂಬಿರುವ ನಮಗೆ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಏಕಾಏಕಿ ಬಿಡುವ ಧೈರ್ಯ ಇಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದ ಕಣ್ಣು ತಪ್ಪಿಸಿ ಬದುಕಲು ಅಸಾಧ್ಯ. ಕಾರಣ, ನಾವು ಬಿಟ್ಟಾಕ್ಷಣ ನಮ್ಮ ಜೊತೆಗೆ ಇರುವ ಮತ್ತೊಬ್ಬರನ್ನು ಎಷ್ಟು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತದೆ ಎಂದರೆ ಅವರ ಮುಂದೆ ನಾವು ತುಚ್ಚರಾಗಿ ಕಾಣುತ್ತೇವೆ.

ಹೀಗಿರುವಾಗ ನಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆ ಮೇಲೇನೇ ನಾವು ಯಾಕೆ ಬರೆ ಎಳೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು? ಮರು ಮಾತಿಲ್ಲದೇ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತೇವೆ. ಸಣ್ಣಾತಿ ಸಣ್ಣ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನೇ ನೋಡಿ. ಸುಮಾರು ದಿನಗಳ ಹಿಂದೆ ದಿನಸಿ ಅಂಗಡಿಗೆ ಏನನ್ನೋ ತರಲು ಹೋದಾಗ ಬಹಳ ಜನ ಇದ್ದುದ್ದರಿಂದ ನನ್ನ ಸರದಿಗಾಗಿ ಕಾಯಬೇಕಾಗಿತ್ತು. ಇಬ್ಬರೂ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳು ಮಾತನಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಕನ್ನಡದ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವಂತಹ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಬಗ್ಗೆ..ಇನ್ನೊಬ್ಬ ಹೆಣ್ಣು ಮಗಳು ಊರಿಗೆ ಹೋಗಿದ್ದರಿಂದಲೋ ಅಥವಾ ತನ್ನ ಮನೆಯ ಯಾವುದೋ ಮಹತ್ತರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವಾಗಿದ್ದ ರಿಂದಲೋ ಸುಮಾರು ದಿನಗಳಿಂದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ನೋಡಲಾಗಲಿಲ್ಲ. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಬಿಡದೇ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದ ಹೆಣ್ಣು ಮಗಳು ಸುಮ್ಮನಿರಬೇಕಲ್ಲ. 'ಅಯ್ಯೋ, ಅದು ಹೇಗೆ ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಂಡ್ರಿ, ಮನಸ್ಸಾದರೂ ಹೇಗೆ ಬರುತ್ತೆ ರೀ' ಅಂದಳು. 'ಅರ್ಧ ಗಂಟೆ ಸಮಯವೂ ನಿಮಗೆ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲವೇ' ಎಂದಳು. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನೋಡದಿದ್ದ ಹೆಣ್ಣು ಮಗಳ ಮುಖ ಕಪ್ಪಿಟ್ಟಿತು. ಛೇ, ಮಹತ್ತರವಾದದ್ದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಂಡೇನಲ್ಲ ಎಂಬ ದುಃಖ ಅವಳ ಮುಖದಲ್ಲಿ ಕಂಡಿತು. ಆಕೆ ಮರು ಮಾತನಾಡಲಿಲ್ಲ. ನನ್ನ ಕಡೆ ತಿರುಗಿ ನೋಡಿ, ನನ್ನನ್ನು ಗುರುತು ಹಿಡಿದು ತಾನು ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಮತ್ತೆ ಯಾವಾಗಲಾದರೂ ನೋಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆಯೇ ಎಂದು ಕೇಳಿದಳು. ಇವಳ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ದಂಗಾದ ನಾನು ಏನೂ ಮಾತನಾಡದೇ ತಲೆಯಾಡಿಸಿ ಸುಮ್ಮನಿದ್ದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ವಿಚಿತ್ರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು, ವಾಹಿನಿಯವರನ್ನೂ ಬಿಟ್ಟಿಲ್ಲ. ತಾವು ನೋಡದ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಿಗಾಗಿ, ಪತ್ರಗಳು ಬರೆಯುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಫೋನ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲು ಪರಿಪರಿಯಾಗಿ ವಿನಂತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತೊಂದು ವಿಪರೀತ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಏನೆಂದರೆ, ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನೋಡಿದ್ದ ಹೆಣ್ಣು ಮಗಳು ಹೊಸದಾಗಿ ಬಂದಂಥ ಫೇಸ್ ಪೌಡರ್‌ನ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಅಂಗಡಿಯವನ ಮುಂದಿಟ್ಟಿದ್ದಳು. ಅಂಗಡಿಯವ ತನಗಿನ್ನು ಅದು ಮುಟ್ಟಿಲ್ಲ ಎಂದಾಗ ಶಾಪವಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಪರಿ ಪರಿಯಾಗಿ ಅವನನ್ನು ಆಡಿಕೊಂಡಳು. ಅಂದರೆ,

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಮಾಡಿರುವ ಪರಿಣಾಮ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮೇಲೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಮೋಡಿ, ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮನಸ್ಸಿನ ಹಿತ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಈ ಉದಾಹರಣೆಯಲ್ಲೇ ಕಾಣಿಸುತ್ತವೆ.

ಈ ವರೆಗೂ ತಾನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದ ಫೇಸ್ ಪೌಡರ್‌ನ ಗತಿ ಏನು..? ಈಗ ಅವಳಿಗೆ ಬೇಕಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಹೊಸದೊಂದು ಬಂದಿದೆ. ಹೊಸ ಆಮಿಷಗಳನ್ನು ಆ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ತುರುಕಿದೆ. ಚೆಂದ ಕಾಣಿಸುತ್ತೀರ ಅಂತಲೋ, ದೀರ್ಘಕಾಲದವರೆಗೆ ಅದರ ತಾಜಾತನ ಇರುತ್ತದೆ ಎಂತಲೋ ಆಮಿಷವನ್ನು ಇಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ತತ್‌ಕ್ಷಣದಲ್ಲೇ ಈ ಆಮಿಷಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗಿರುತ್ತೇವೆ. ಇದು ಪಥ್ಯದ ನಡುವೆ ಧಿಗ್ಗನೆ ಬರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವಿಚಾರವಾದರೆ, ಮತ್ತೊಂದು ಸಂಗತಿಯಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನ ಕಥೆಯ ಒಳಗೆ ಹೆಣಿದು ಬಿಡುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಎಂ.ಟಿ.ವಿ. ಎನ್ನುವ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಬರುವಂಥ ಒಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪಾತ್ರಧಾರಿಗಳೇ ಉಪಯೋಗಿಸುತ್ತಾ, ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಪರಿಚಯ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಿರುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಕಾಲೇಜಿಗೆ ಬಿಸಿಲಿನಲ್ಲೇ ಹೊರಟ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿಯೊಬ್ಬಳು ಬಿಸಿಲಿನ ಝಳ ತಾಳಲಾರದೇ ಒಂದು ಕಡೆ ನಿಲ್ಲುತ್ತಾಳೆ. ಆಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಬಂದ ಆಕೆಯ ಸ್ನೇಹಿತೆ ನಿಲ್ಲುವುದು ಬೇಡ, ಕಾಲೇಜಿನಲ್ಲಿ ತುರ್ತು ಕೆಲಸವಿರುವುದರಿಂದ ಹೊರಟೇ ಬಿಡೋಣ ಎನ್ನುತ್ತಾಳೆ. ಮುಖ ಬಾಡುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಈಕೆ ಹೇಳಿದಾಗ ಚಿಂತೆ ಇಲ್ಲ. ನನ್ನ ಹತ್ತಿರ ಈ ಕ್ರೀಂ ಇದೆಯಲ್ಲ, ಹಚ್ಚಿಕೊಂಡು ಮುಂದುವರೆಯೋಣ ಎಂದು ಆ ಕ್ರೀಮಿನ ಹೆಸರು ಹೇಳಿ ಅದನ್ನು ತನ್ನ ಮುಖಕ್ಕೂ ತಿಕ್ಕಿ ಗೆಳತಿಗೆ ಕೊಡುತ್ತಾಳೆ. ಆಕೆಯೂ ಮುಖಕ್ಕೂ ಲೇಪನ ಮಾಡಿಕೊಂಡಾದ ನಂತರ ಅಲ್ಲಿಂದ ಹೊರಡುತ್ತಾರೆ. ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಇದು ಎಷ್ಟು ಸೂಕ್ತ..? ಇದು ನಮಗೆ ಬೇಕಿತ್ತಾ..?

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಕಾರ್ಯಕಾರಣ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿ ಕೊಡುವುದು ಮಾಧ್ಯಮ. ಅದು ನಮಗೆ ಬೇಕಿತ್ತಾ ಎಂದು ಕೇಳುವುದು ನಮ್ಮ ಬೌದ್ಧಿಕ ಅಹಂಕಾರ. ಈಗಾಗಲೇ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ನಾವು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು ಬಿಟ್ಟಿರುವುದರಿಂದ ಅದು ನಮ್ಮ ಮನಃಪಠಣದ ಎಲ್ಲಾ ಸ್ಥರಗಳನ್ನು ಕೆರಳಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಮರು ಮಾತಿಲ್ಲದೇ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತೇವೆ. ಮಾರನೆಯ ದಿನ ಅಂಗಡಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಸರದಿಗಾಗಿ ಕಾದು ನಮ್ಮ ಆ ಕ್ರೀಂಅನ್ನು ಕೊಂಡಿರುತ್ತೇವೆ. ಈ ವರೆಗೂ ನಮ್ಮ ಜೊತೆಗೆ ಇದ್ದಂತ ಕ್ರೀಂಗಳ ಕತೆಯೇನು..? ಇಲ್ಲಿವರೆಗೂ ಉಪಯೋಗಿಸಿ ಆಯ್ತಲ್ಲ, ಇನ್ನು ಬಿಸುಡುವುದೊಂದೇ, ಯೂಸ್ ಆಂಡ್ ಥ್ರೋ ಕಲ್ಚರ್..! ಯುಟಿಲಿಟೇರಿಯನ್ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಅಂದರೆ ಇದೇ. ಉಪಯೋಗವಾಯಿತು ಎನ್ನುವಲ್ಲಿ ಮತ್ತಿನ್ನೊಂದು ಹೊಸದು ಬಂದಿದ್ದೇ ಆದರೆ

ಅದಕ್ಕೆ ಹಿಂದಿನದ್ದಕ್ಕಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಉಪಯುಕ್ತಕಾರಿ ಗುಣಗಳಿದ್ದರೆ, ಹಿಂದಿನದನ್ನು ಬಿಸುಟು ಹೊಸದನ್ನು ಕೊಂಡುಕೊಳ್ಳುವುದು, ಹೊಸದಕ್ಕೆ ಮೊರೆ ಇಡುವುದು. ಅದನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲೇ ಮತ್ತೊಂದು ಕಂಡಿದ್ದಾದರೆ ಇದನ್ನು ಎಸೆದು ಮತ್ತೊಂದನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು. ಹೀಗೆ ಸಾಗುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಪರಾಮರ್ಶೆಯ ದಾರ್ಷ್ಟಿಕ ದೃಷ್ಟಿ, ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಬೀಳುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ನಮ್ಮೆಲ್ಲರ ದೃಷ್ಟಿ ಮತ್ತು ಏಕಾಗ್ರತೆ ಅದರ ಉಪಯುಕ್ತತೆಯ ಮೇಲೆಯೇ ಕೇಂದ್ರಿಕೃತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದಿಡುವವರು ಯಾರು..? ಮಾಧ್ಯಮ.. ಇದು ನಮಗೆ ಬೇಕಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ, ಮರು ಮಾತನಾಡದೇ ನಾವು ತೆಗೆದಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾದರೂ ಯಾವುದು? ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವು ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಮಾಡಿರುವ ಪರಿಣಾಮ.

ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೂ ಅಷ್ಟೇ, ಉಪಯೋಗಿಸಿ ಬಿಸಡುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ವಸ್ತು. ಒಮ್ಮೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ದೂರ ಮಾಡಿತ್ತೆಂದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೇ ಅದರ ಹಿಂದೆ ಓಡಿ ಬರುತ್ತಾನೆ. ಕಾರಣ ಇಷ್ಟೇ, ಈ ಹಿಂದೆ ನಾವು ರಂಗಭೂಮಿಯನ್ನು ಇತರೆ ಪ್ರದರ್ಶನ ಕಲೆಗಳನ್ನು ನಾವು ನೋಡಿದ್ದೇವಲ್ಲ, ಗೀತ ನಾಟಕಗಳು ಇರಬಹುದು.. ಹರಿಕಥೆಗಳಿರಬಹುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಂದಲೇ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ತಮ್ಮ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಕಂಡು ಕೊಂಡಿದ್ದವು. ಮತ್ತು ತಮ್ಮೊಳಗಿರುವ ಅನೇಕ ಶ್ರೀಮಂತವಾದ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಬಿಚ್ಚಿಡಲು ಸಹಾಯಕವಾಗುತ್ತಿದ್ದವು. ಆದರೆ ಈ ಮಾಧ್ಯಮ ಹಾಗಲ್ಲ. ಅದೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ತನಗೆ ಯಾವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಬೇಕೋ, ಎಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಿ ಆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನಿಗೆ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಹೆಚ್ಚು ಬುದ್ಧಿವಂತನಾಗಿ ಮುಂದೆ ಯಾವಾಗಲಾದರೂ ತನ್ನನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಿಯಾನು ಎಂದು ಗೊತ್ತಾದಾಕ್ಷಣ ಅವನನ್ನು ತಿರುಗಿ ಕೂಡ ನೋಡುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬೇಕಿರುವುದು ದೀರ್ಘಕಾಲದ ಸಂಬಂಧ. ಅಷ್ಟೂ ಕಾಲದವರೆಗೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತಾನು ಕೊಟ್ಟ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುತ್ತಾ, ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾ ಆ ಮೂಲಕ ತನ್ನ ಆರ್ಥಿಕ ಶಕ್ತಿಯನ್ನೆಲ್ಲಾ ಇವನಿಗೆ ಧಾರೆಯರೆಯುವಂತಿರಬೇಕು. ಹಾಗೆ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅವನನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಿ, ಮತ್ತೊಬ್ಬನನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಹುಡುಕಿಕೊಂಡು ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಭೋಗ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಹೇರುತ್ತಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಭಟನೆ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಇರಾದೆಯನ್ನು ತೋರುತ್ತದೆ. ಹಾಗೇ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಕೂಡ. ಹಾಗೆ ಮಾಡುವ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ತನ್ನ ಪಠ್ಯಗಳಿಂದ ಗಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೂ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ತನಗೆ ಇಷ್ಟವಿದೆಯೋ

ಇಲ್ಲವೋ ಅದಕ್ಕೆ ಅಂಟಿಕೊಂಡುಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತಾನೆ. ಮಾಹಿತಿಯ ಈ ಯುಗದಲ್ಲಿ ತನ್ನೆಲ್ಲಾ ಬೌದ್ಧಿಕ ಆಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ಕೇಂದ್ರಿತ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾನೆ. ಸಾಂಸಾರಿಕ ಸುಖಗಳನ್ನೂ ಮಾಧ್ಯಮದ ಆಕರಗಳಲ್ಲಿಯೇ ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಆಯಿತಲ್ಲಾ! ಇವೆರಡೇ ಮನುಷ್ಯನ ಅರ್ಥಕ್ಕೂ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟು ಆಕ್ರಮಿಸಿರುವುದರಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮ ಹಿಂಬಾಗಿಲಿನಿಂದ ಬಂದರೂ ಅಷ್ಟೇ ನೇರವಾಗಿ ದಾಳಿಯಿಟ್ಟರೂ ಅಷ್ಟೇ ಪರಿಣಾಮ. ಮೇಲಾಗಿ ತನ್ನನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸಲು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮಜಲುಗಳನ್ನೇ ಆಕರಗಳಾಗಿ ರೂಪಿಸಿ ಇವನ ಕಣ್ಣ ಮುಂದೆ ಕುಣಿಸುತ್ತದೆ. ಅದರ ಉಪಯುಕ್ತತೆಯ ಬಗೆಗೆ ಸಾರಿ ಸಾರಿ ಹೇಳುತ್ತವೆ. ಸಾಲ ಮಾಡಿಯಾದರೂ ಕೊಂಡರೆ ನಿನಗೆ ಮುಕ್ತಿ ಎನ್ನುತ್ತದೆ. ನಾವು ಅಹುದಹುದೆನ್ನುತ್ತೇವೆ. ಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ದಾಸರಾಗೇ ಇರುತ್ತೇವೆ ಎಂದು ಸಾರುತ್ತೇವೆ(ಐ ಪ್ಯಾಡ್, ಟ್ಯಾಬ್ ಇತ್ಯಾದಿ)

ಮೂಲದಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯನಿಗೆ ನಾನಾ ಗುಣ ವಿಶೇಷಗಳು ಇರುತ್ತವೆ. ಅದನ್ನು ತನ್ನ ಸುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಒಂದಿಲ್ಲ, ಇನ್ನೊಂದರೊಂದಿಗೆ ಮುಖಾಮುಖಿಯಾಗುತ್ತಾ ಆ ಗುಣ ವಿಶೇಷಗಳನ್ನು ಹೊರ ತೆಗೆಯುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಪ್ರದರ್ಶಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಂಡು ಸಮಾಧಾನ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಇದನ್ನೇ ಬಂಡವಾಳ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ತನ್ನ ಪಥ್ಯದ ಮೂಲಕ ಅವನ ನಾನಾ ಗುಣ ವಿಶೇಷಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕನಾದ ಸರಕನ್ನು ಅದರೊಳಗೆ ಸೇರಿಸಿ ಅವನ ಮುಂದಿಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಹೊರಗಿನ ಪರಿಸರದೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಮೆಲ್ಲಗೆ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಕಾರಣ, ಅವನು ಬಯಸಿದ್ದೆಲ್ಲಾ ಈಗ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ, ಇಲ್ಲ ಇನ್ನೊಂದು ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಬರುತ್ತಿರಬೇಕಾದರೆ ಹೊರಗಿನ ವರೊಂದಿಗೆ ಹೋಗಿ ಸಂಬಂಧ ಬೇರ್ಪಡಿಸಿ ಸಮಯವಾದರೂ ಹಾಳು ಮಾಡುವುದಾದರೂ ಯಾಕೆ..? ಅದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದನ್ನು ಇನ್ನೊಂದನ್ನು ನೋಡಿ ತೃಪ್ತಿ ಪಡೆಯಬಹುದಲ್ಲ.. ಇವನಿಗೇನೋ ತೃಪ್ತಿಯ ಮಾತಾದರೆ, ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಇವನನ್ನು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿಯೂ ಹಿಡಿದಿಡುವ ಆತುರತೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಕುಸ್ತಿಯನ್ನು ಇಷ್ಟ ಪಡುವವರಿಗೆ ಡಬ್ಲ್ಯೂಡಬ್ಲ್ಯೂಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಹೀಗೆ ಅನೇಕಾನೇಕ ಪ್ರಕಾರಗಳು, ಪ್ರಕಾರಕ್ಕೊಂದಂತೆ ವಾಹಿನಿಗಳು. ಈ ಹಿಂದೆ 'ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಭಾಸ'ವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ವಿಷದಪಡಿಸಿದ್ದು ಈ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ.. ನಮ್ಮ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಗುಣ ಸ್ವಭಾವಗಳಿಂದ ಒಂದೊಂದು ರೀತಿಯ ವಾಸ್ತವ ಭಾಸವನ್ನು ಆಂತರಿಕವಾಗಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡು ಸಾಗುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಸದೃಢವಾಗಿ ಮೈ ಬೆಳೆಸಿ ಕೊಳ್ಳುವುದು, ಶತ್ರುಗಳನ್ನು ಹಿಮ್ಮೆಟ್ಟುವುದು, ನುಚ್ಚು ನೂರು ಮಾಡುವುದು ಇತ್ಯಾದಿ. ಇದು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಮಡುಗಟ್ಟುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಡುಗಟ್ಟಿದಂಥ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಹೊರಗಿನೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತೇವೆ.

ಸಿನಿಮಾ ನೋಡಿದರೂ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ನಮಗೆ ತೃಪ್ತಿ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ನಮ್ಮ 'ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸ'ದಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡಂಥ ಚಿತ್ರಕ್ಕೆ ಸಿನಿಮಾದಲ್ಲಿನ ಚಿತ್ರನಟ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮತ್ತಿನ್ಯಾರು..? ನಾವು ರಾಜಿ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮೊದಲಾದರೇ ಸಿಕ್ಕಿದ್ದೇ ಸಾಕು ಎನ್ನುತ್ತಾ ತೃಪ್ತಿ ಪಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೆವು. ಅದಕ್ಕೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಳಿ ಉತ್ತರವಿದೆ. ಅವನು ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಪಥ್ಯವೊಂದನ್ನು ಆ ಪ್ರಕಾರಕ್ಕಾಗಿಯೇ ವಾಹಿನಿಯೊಂದನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ. ವರ್ಲ್ಡ್ ರೆಸಲಿಂಗ್ ಎಂಟರ್‌ಟೈನ್‌ಮೆಂಟ್ ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾ ಆನೆ ಗಾತ್ರದ ಮನುಷ್ಯರು ಪರಸ್ಪರ ಕುಸ್ತಿ ಆಡುವುದನ್ನು, ಸುಂದರಿಯರನ್ನು ತಮ್ಮ ಕಡೆ ಒಲಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಥವಾ ಇನ್ನೊಬ್ಬನ ಸುಂದರಿಯನ್ನು ತನ್ನವಳನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಕುಸ್ತಿ ಮಾಡುವ ಕ್ರೂರವಾಗಿ ಹೋರಾಡುವ ಪಂದ್ಯಗಳು ಅಲ್ಲಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಭಾಸದಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡಂಥದನ್ನು ಈ ಹೊರಗಿನ ವಾಸ್ತವಭಾಸದ ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಸಮೀಕರಿಸಿ ನಾವು ಸಂತೃಪ್ತಿ ಪಡುತ್ತೇವೆ. ಅವರಾದರೂ ನಿಜವಾಗಿ ಕ್ರೂರವಾಗಿ ಹೊಡೆದಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರಾ? ಇದು ನಮಗೆ ಗೊತ್ತಿದೆ. ಅದು ಕಟ್ಟುಕತೆ ಅಂತ.. ಅವರು ಹೊಡೆದಾಡುವ ಮುಂಚೆ ಹೇಳುವ ಕಥೆಗಳೆಲ್ಲಾ ಸುಳ್ಳು. ಅದಕ್ಕೊಂದು ಕಥಾನಕ ಸೃಷ್ಟಿ ಇದೆ. ಅವರು ಹೊಡೆದಾಡುವುದು ನಿಜವೋ, ಇಲ್ಲ. ಅದೂ ಕೂಡ ಸುಳ್ಳೋ. ಅವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಚಾಕಚಕ್ಯತೆಯಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ನಮಗೆ ಅದು ಗೊತ್ತಿದ್ದರೂ ಕೂಡ ನಾವು ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುತ್ತೇವೆ. ಸಮೀಕರಿಸಿ ತೃಪ್ತಿ ಪಡುತ್ತೇವೆ. ಇದನ್ನು ನಮಗೆ ಕೊಟ್ಟದ್ದು ಮಾಧ್ಯಮ. ಕಿರುತೆರೆಯ ಮಾಧ್ಯಮ. ನಾವು ಕಿರುತೆರೆ ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಕೇವಲ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಅಂದುಬಿಟ್ಟರೆ, ಈಗಿನ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಈ ಮಾತು ಅಪ್ರಸ್ತುತವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಿರುತೆರೆ ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಜೊತೆಗೆ ನಮ್ಮ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಕೂಡ ಸೇರಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಕೈಯಲ್ಲಿರುವ ಮೊಬೈಲ್ ಕೂಡ ಸೇರಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ವಿಸ್ತೃತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗಾಗಿ ಬಂದಂಥ ಐ ಪ್ಯಾಡ್, ಟ್ಯಾಬ್ ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸೇರಿಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತವೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ, ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಇದೇ ರೀತಿಯ ಪಥ್ಯವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಟ್ಟು ನಮ್ಮನ್ನು ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸಬಲ್ಲವು. ಇದು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ನಮ್ಮನ್ನು ಶೋಷಣೆ ಮಾಡಿದಂತೆ ಆಗಲಿಲ್ಲವೇ..?

ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯಗಳೇ ಅಷ್ಟು.. ಶೋಷಣೆಯೇ ಇದರ ಗುರಿ..! ಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಶೋಷಿಸುವುದೋ..? ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ತನ್ನೊಂದಿಗೆ ಇರುವ ಹಾಗೇ ಶೋಷಿಸುವುದೋ..? ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಬಿಟ್ಟುಕೊಟ್ಟು ತನ್ನ ಮುಂದೆಯೇ ಕುಳಿತು ತನ್ನನ್ನೇ ಆರಾಧಿಸುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ಶೋಷಣೆಗಾಗಿಯೋ..? ಹೀಗೆ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ಶೋಷಣೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುತ್ತದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು, ಹೆಚ್ಚು ಭೋಗಿಸುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ನಾವು ಬೆಳೆಸಿ

ಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಯೂ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಒತ್ತಾಯ ಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಹೇರುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಒಂದು ಮಾತು ನಾವು ಗಮನವಿಟ್ಟು ನೋಡಲೇಬೇಕಾದ್ದೇನೆಂದರೆ, ಪಠ್ಯಗಳಿಲ್ಲದೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಕ್ಷರದ ಏನೇ ಹೊರಟರೂ ಕೂಡ ಆ ಅಕ್ಷರ ಪಠ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಡುವಿನ ಸಂವಾದ ಕೊಡು–ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತೇವೆ. ಕೇವಲ ಉದ್ದೀಪನೆಯ ಮಾಧ್ಯಮದ ವಸ್ತುವಾಗಿದೆ. ಉದ್ಧೀಪಿಸಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಪುನಃ ಪುನಃ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಉದ್ಧೀಪಿಸದಿದ್ದರೆ ಪಠ್ಯಗಳು ಸವಕಲಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ವಿಮುಖವಾಗುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಸುದ್ದಿವಾಹಿನಿಯನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯವು ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ನಿಲ್ಲುವುದಿಲ್ಲ. ತನ್ನೊಳಗೆ ಉಪಪಠ್ಯಗಳಾದ ಭಾಷೆ, ಧ್ವನಿ, ಹಿನ್ನೆಲೆ ಸಂಗೀತ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಬರಹ ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಪಠ್ಯ ಸಾಕಾರಕ್ಕೆ ಬರುವುದಾದರೆ ಅನೇಕ ಉಪಪಠ್ಯಗಳ ಅಗತ್ಯ ಇದ್ದೇ ಇರುತ್ತವೆ.

ಸುದ್ದಿ ವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವೊಂದನ್ನು/ ಸುದ್ದಿಯ ಬುಲೆಟಿನ್ ಒಂದನ್ನು ನೀವು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಅವರು ಮುಖ್ಯಾಂಶಗಳನ್ನು ಹೇಳುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉದ್ಧೀಪನೆಯ ಸ್ಥಿತಿ ಅರ್ಥವಾಗಿ ಬಿಡುತ್ತದೆ. ಏರು ದನಿಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳದಿದ್ದರೆ ನಿಮ್ಮ ಜೀವನ ಪಾವನವಲ್ಲವೆಂದು, ಇಲ್ಲ ಕೇಳುವ ಅಷ್ಟೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕಿವುಡರೆಂದೋ ಇಲ್ಲವೇ, ಜಗತ್ತು ಮುಳುಗುತ್ತಿದೆ, ಈಗಲೇ ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಿರೋ ಎಂದೋ ಹೊಯ್ದುಕೊಳ್ಳುವಷ್ಟು ಎತ್ತರದ ದನಿಯಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯಾಂಶಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಸಣ್ಣದಾಗಿ ಮಾತಾಡಿದ್ದ ಉದಾಹರಣೆಗಳಂತೂ ಇಲ್ಲವೇ ಇಲ್ಲ. ಮೇಲಾಗಿ ಮಾತುಕತೆಗಳಲ್ಲಿ ಅವರು ನಡೆಸುವ ಸಂವಾದದಲ್ಲಿ ಎದುರಿಗಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮೆಲ್ಲನೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದರೇ, ಅನ್ಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಹೊರತೆಗೆದು ಅವನನ್ನ ಉದ್ಧೀಪಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ರಕ್ತದೊತ್ತಡ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಆತನೂ ಕಿರುಚಲು ಶುರು ಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ಈ ಕಿರುಚಾಟದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಬೇಕಿತ್ತಾ? ನಾವು ನೀವು ಕೇಳುವ ಹಾಗಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ನಮಗೆ ಅವ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದೇ ನಮ್ಮ ಕರ್ತವ್ಯ. ಬೇಡದಿದ್ದರೆ ಟೀವಿ ಆಫ್ ಮಾಡಬಹುದು. ಆದರೆ ಮಾಡುವ ಗೊಡವೆಗೆ ನಾವು ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಮಾನಸಿಕವಾದ ವಿಕ್ಷಿಪ್ತ ಸ್ಥಿತಿ ಆ ಕೂಗಾಟದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಸೃಷ್ಟಿಯಾಗಿ ಬಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿ ಸುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಹೇಗೆಂದರೆ, ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಯಾವುದೋ ಗಲಾಟೆಯನ್ನು ನಾವು ನಿಂತು ನೋಡಿದ ಹಾಗೇ. ನಮಗೆ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ನೋಡುವ ಈ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ರಕ್ಷಣೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಮನೆಯಲ್ಲಿರುತ್ತೇವೆ. ಯಾರೂ ನಮ್ಮನ್ನೂ ಬಂದು ಹೊಡೆಯುವದಿಲ್ಲ, ಜಗಳಕ್ಕೆ ನಮ್ಮನ್ನೂ

ಎಳೆಯುವವರೆಲ್ಲ. ಹಾಗಾಗಿ ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ಇದು ಮಾನವನ ಸಹಜ ಗುಣ. ಯಾವುದೇ ಸಂಘರ್ಷ ನಡೆಯುತ್ತಿದ್ದರೂ ಅದಕ್ಕೊಂದು ಕಿವಿ ಕೊಡುವುದು, ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸ್ಪಂದಿಸುವುದು ಇವೆಲ್ಲವೂ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಸುಪ್ತವಾಗಿ ಇದ್ದದ್ದೇ.. ನಮ್ಮ ಕೋಣೆಯಲ್ಲೇ ಇನ್ನೊಬ್ಬರ ಗಲಾಟೆಯನ್ನು ಪುಗಸಟ್ಟೆ ನೋಡುವುದಾದರೆ ಯಾಕೆ ಬೇಡ..? ನೋಡುತ್ತೇವೆ. ಇದನ್ನು ನಾವು ಕೇಳಿಲ್ಲವಲ್ಲ, ಕೊಟ್ಟವನು ಮಾಧ್ಯಮದವ. ಕಾರಣ, ನಮಗೇನು ಬೇಕು ಅವನಿಗೆ ಗೊತ್ತಾಗಿದೆ. ಅವನಿಗೆ ಗೊತ್ತು, ಅವನಿಂದ ನಿರ್ದೇಶಿತರಾಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ.

ಮಾಧ್ಯಮ ಒಬ್ಬ ಮಹಾನ್ ಮನಃಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞನಿರಬೇಕು. ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ವಿಕ್ಷಿಪ್ತವನ್ನೆಲ್ಲಾ ಹೊರ ಹಾಕಲು ಕಿಂಡಿಯೊಂದನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟು ಆ ಮೂಲಕ ತಾನೂ ತೂರಿ ಬಂದು ನಾವು ತನ್ನ ಪಥ್ಯವನ್ನೇ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ ಎಂದು ಖಾತರಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಇನ್ನೊಂದಿಷ್ಟು, ಮತ್ತೊಂದಿಷ್ಟನ್ನು ಅಂಥದ್ದನ್ನೇ ಪೇರಿಸಿ ಉಣ ಬಡಿಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಈ ಪಥ್ಯಗಳು, ಅವನು ಹೇಳಿದಂತೆ ನಾವು ಕೇಳುವ ರೀತಿ ವಿಚಾರಗಳು ಯಾವ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ?

ಮಾಧ್ಯಮ ತನ್ನ ಪಥ್ಯಗಳ ಮೂಲಕವೇ ನಮ್ಮನ್ನು ಶೋಷಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ್ದ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಆಗುತ್ತಿದ್ದಿದ್ದು ತನ್ನ ವ್ಯವಹಾರದ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಮಾತ್ರ. ಮೇಲಾಗಿ ತಾನೇ ಹೊಸದಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಒಗಾಯಿಸುತ್ತಿದ್ದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಿಕರಿಗಾಗಿ, ಮೊದ ಮೊದಲು ಆಸಕ್ತಿ ಕೇಂದ್ರವಾಗಿದ್ದ ಪಥ್ಯ. ಈಗ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರವಾಗತೊಡಗಿತು. ಪಥ್ಯಗಳ ಆಶಯವೂ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬದಲಾಯಿತು. ವ್ಯವಹಾರಿಕವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮದವರು ಉಪಯೋಗಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಈ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನಮ್ಮ ಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಶಕ್ತಿ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಲು ಶುರು ಮಾಡಿದ ಅಂದರೆ, ನಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯೂ ಸುಧಾರಿಸಿದ್ದರಿಂದ ಮೆಲ್ಲಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರ ಪಥ್ಯಗಳ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಪಾತ್ರವಹಿಸತೊಡಗಿದ. ಮಾಧ್ಯಮ ಕಾಲಿಟ್ಟ ಹೊಸದರಲ್ಲಿ ಪಥ್ಯಗಳ ಸೃಷ್ಟಿ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೇ ಆದ್ಯತೆಯ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಾನೆ ಎಂದು ಸಾರಿದಾಗ ನಮಗಾದ ಆನಂದ ಅಷ್ಟಿಷ್ಟಲ್ಲ. ಹಿರಿ ಹಿರಿ ಹಿಗ್ಗಿದೆವು. ಕ್ರಮೇಣ ನಮ್ಮ ಸಂತೋಷ ಕೇವಲ ಭ್ರಮೆಯೆಂದು ಗೊತ್ತಾಗುವಷ್ಟರಲ್ಲಿ ನಮಗೆ ಪರೋಕ್ಷ ಪಥ್ಯದ ಸ್ಥಿತಿಯೊಂದು ಆವರಿಸಿಬಿಟ್ಟಿತ್ತು. ವಸ್ತು ವಾಂಚೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿ ಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು, ಬಳಕೆಗೆ ಬರಲಿ, ಬಿಡಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಅನಿವಾರ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು, ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಹೇರುತ್ತಾ ವ್ಯವಹಾರ ಕುಶಲತೆಯನ್ನು, ವ್ಯವಹಾರ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಹಿಗ್ಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಇದರ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿತ್ತು. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಕೇವಲ ಕ್ರೀಡೆ ಆಗಿದ್ದ ಕ್ರಿಕೆಟನ್ನು ಇಂಡಿಯನ್ ಪ್ರೀಮಿಯರ್ ಲೀಗ್ ಎಂದು ಮಾರ್ಪಾಡು ಮಾಡಿ ಹೊಸ

ರೂಪ ಕೊಟ್ಟು ಆ ಪಥ್ಯಕ್ಕೆ ಇದರ ಉಪಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಪೇರಿಸುತ್ತಾ ಸಾರಾಸಗಟಾಗಿ ರಂಜನೀಯತೆಯ ಮೆರಗನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾ ಆಟವನ್ನು ವ್ಯವಹಾರದ ಸರಕಾಗಿ ಮಾಡಿದ್ದು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪರಮಾಶ್ಚರ್ಯ..! ಕಾರಣ, ನಾವು ಆ ವಾಂಚೆಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ತಲೆದೂಗಿದ್ದೇವೆ, ದೂಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ತಲೆದೂಗುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತೇವೆ.

ಇಲ್ಲಿ ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ವಿವೇಕಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಗುಣಾತ್ಮಕತೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಯೇ ಇಲ್ಲಿ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನಾಗಿ ಇರಗೊಡದೇ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಬಿಟ್ಟಿವೆ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಥ್ಯಗಳು. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿದ ಕೃತಕ ಬೇಡಿಕೆಗಳಿಗೆ ಯಾಚಿಸುವವನು ಎಂಬಂತೆ ನೋಡುತ್ತಿವೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು. ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ನಮ್ಮ ಮಾಧ್ಯಮ ಇರುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗಾಗಿಯೇ ಎಂದು ಹೇಳಿದರೂ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನ ಯಾಚಿಸುವವನ ಸ್ಥಿತಿಗೆ ತಂದಿಟ್ಟಿವೆ. ಇದು ಆಗಿದ್ದು ಮಾಧ್ಯಮ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ, ನಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂಬಂಧಗಳ ಮೇಲೆ ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಶಕ್ತಿಯ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ಹಿಡಿತವನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಾದ ನಂತರ. ಮಾಧ್ಯಮ ಈಗ ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಮಾಧ್ಯಮ ಉಪಯೋಗವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಬಳಕೆದಾರನಿಂದ, ಗ್ರಾಹಕನಿಂದ. ಆದರೆ, ಗ್ರಾಹಕ ಈಗ ಮತ್ತೊಂದು ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ತಲುಪಿದ್ದಾನೆ. ಗ್ರಾಹಕನಾದರೋ ಇಷ್ಟವಿದ್ದರೆ ವಸ್ತುವನ್ನು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ, ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಂಗಡಿಯ ಕಾಪಾಟುಗಳಲ್ಲೇ ಅದನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಬರುತ್ತಾನೆ. ತನ್ನ ಬಳಿ ಹಣವಿದ್ದರೆ ಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ಸಾಲ ಮಾಡಲು ಶಕ್ತಿ ಇದ್ದರೆ ಸಾಲ ಮಾಡಿ ಅದನ್ನು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲವೇ, ನೋಡಿ ಅದರ ಆಸೆಯನ್ನ ಮಡುಗಟ್ಟಿಸಿಕೊಂಡು ವಾಪಸ್ ಬರುತ್ತಾನೆ. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ಥಿತಿ.

ಆದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ಥಿತಿ ವಿಚಿತ್ರ, ಮೊದಲು ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೇ ನಾವು ಚಂದಾದಾರರಾಗುತ್ತೇವೆ. ನಾವು ಟೀವಿ ವಾಹಿನಿಗಳನ್ನು ನೋಡಬೇಕಾದರೆ ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ಚಂದಾವನ್ನು ಕಟ್ಟಿ ವಾಹಿನಿಗಳನ್ನ ನೋಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ಗೂ ಕೂಡ ಚಂದಾ ತೆರಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲಿಗೆ ನಾವು ಮೂಲದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಾದೆವು. ಆದರೆ ಸಂದಿಗ್ಧ ಇರುವುದು ಇಲ್ಲಿಯೇ. ಚಂದಾ ಕೊಟ್ಟು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಮನೆಯೊಳಗೆ ಬಿಟ್ಟುಕೊಂಡಾದ ಮೇಲೆ ಮಾಧ್ಯಮವೂ ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಸವಾರಿ ಮಾಡುತ್ತಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನ ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಹೇರುತ್ತಾ ನಮ್ಮ ವಾಂಚೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಮಾಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ವಾಂಚೆಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾ ನಾವು ಕೊಳ್ಳುಬಾಕರಾಗುತ್ತೇವೆ. ನೋಡಿದ್ದೆಲ್ಲಾ ಬೇಕೆನಿಸುತ್ತದೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ, ಮಾಧ್ಯಮ ಹೇಳಿದೆಯಲ್ಲ! ಮತ್ತು ಇನ್ನೂ ಮುಂದೆ ಸಾಗಿ ನಮಗೆ ಇಷ್ಟವಾಗುವ ನಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಪ್ರಿಯವಾಗುವ ಪಥ್ಯಗಳಲ್ಲೂ ಕೂಡ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ

ಅನಿವಾರ್ಯತೆಯ ಸೃಷ್ಟಿ ಆಗಿಬಿಟ್ಟಿದೆಯಲ್ಲ, ಹೀಗಾದ ಮೇಲೆ ಕೊಳ್ಳಲೇಬೇಕಲ್ಲ..? ನಮ್ಮ ಅರಿವಿಗೆ ಬಂದು, ಇಲ್ಲ ಅರಿತು ನಮ್ಮ ವಾಂಛಲ್ಯಗಳ ಫಲವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಜೇಬಿನ ಆಳವನ್ನು ತೋರಿಸಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥರಗಳಲ್ಲಿನ ನಮ್ಮ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಅದರ ಮುಂದೆ ಹರಿವಿ ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ಮನಸ್ಸನ್ನು ಕೊಟ್ಟು ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ನಾವು ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದೇನು..? ಇದಕ್ಕಾಗಿ ನಾವು ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ಚಂದಾ ಕಟ್ಟುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಇದು ನಮಗೆ ನೆನಪಿರಲಿ..! ಅಂದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದವನ ವ್ಯವಹಾರ ಕೇಂದ್ರ ಎಷ್ಟು ಜಾಗೃತವಾಗಿದೆ ಎಂದರೆ ನಮ್ಮಿಂದಲೂ ಹಣ ಪಡೆಯುತ್ತಾ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೂಲಕ ಬೇಡಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಚೆಲ್ಲಿ ಅದರಿಂದಲೂ ತಾನೂ ಹಣ ಮಾಡುತ್ತಾ, ಬೇರೆ ಕಿಂಡಿಗಳನ್ನು ನಮಗೆ ತೋರಿಸದೇ ನಮ್ಮನ್ನು ಬಂಧಿಯನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿದ್ದಾನೆ.

೬.೧. ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ

ನಾವು ಈಗ ಬಂಧಿಗಳು. ಮಾಧ್ಯಮ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿರುವ ಪಥ್ಯಮುಖಿ ವಾಸ್ತವಭಾಸದ ಬಂಧಿಗಳು. ಮಾದ್ಯಮ ತೋರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜಗತ್ತು ರಂಗಿನದ್ದೇನೋ ಸರಿ. ಆದರೆ ನಮ್ಮ ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ನಮ್ಮ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಅದು ಎಷ್ಟು ಹತ್ತಿರವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಶಿಸುವ ಗೊಡವೆಗೆ ನಾವು ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಪಥ್ಯದ ಮೂಲಕ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸಕ್ಕೆ ಸೃಜನಶೀಲ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಹಂಧರವಿದೆಯೋ? ಇಲ್ಲ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ನಿರ್ಧರಿತವಾದ ಅಂಧಪಥ್ಯಗಳೋ. ಇದನ್ನು ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡುವವನು ಸೃಜನಶೀಲ ನಿರ್ದೇಶಕನಲ್ಲ.. ನಿರ್ದೇಶಕ ಹೆಸರಿಗಷ್ಟೇ. ಅವನಾಗಲೇ ತನ್ನ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ, ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಅಡವಿಟ್ಟುಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಪ್ರೇರೇಪಿಸು ವುದು, ಉದ್ದೀಪಿಸುವುದು, ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಆಳವಾಗಿ ಬೇರೂರುವ ಪಥ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲೇ ಅವನು ತೊಡಗಿರುತ್ತಾನೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಅತ್ತೆ ಸೊಸೆಯಂದಿರ ಜಗಳವನ್ನು ಯಾವ ಮಜಲಿನವರೆಗೆ ನಾವು ಯೋಚಿಸ ಬಲ್ಲೆವು..? ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ನಮ್ಮ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿನ ಸೊಸೆಯಂದಿರ ಅತ್ತೆಯರೋಇಲ್ಲಾ ಅತ್ತೆಯರ ಸೊಸೆಯಂದಿರೋ ಇವರಾರೂ ಕೂಡ ವಾಸ್ತವದಲ್ಲಿ ವಿಪರೀತಕ್ಕೆ ಯೋಚಿಸುವುದೇ ಇಲ್ಲ. ಅತ್ತೆಯನ್ನು ಕೊಲ್ಲಲೆಂದೋ, ಅತ್ತೆಯನ್ನು ಕಾಲು ಕೊಟ್ಟು ಬೀಳಿಸಿ ಎಲ್ಲರ ಮುಂದೆ ಅವಮಾನ ಮಾಡಬಹು ದೆಂದೋ, ಇಲ್ಲವೇ.. ಅತ್ತೆ ತಿನ್ನುವ ಊಟಕ್ಕೆ ಬಟ್ಟೆ ಒಗೆಯುವ ಸಾಬೂನು ಸೇರಿಸಿ ನೀಡುವುದೆಂದೋ, ಇಲ್ಲವೇ ಸೊಸೆಯ ಸೀರೆಗೋ, ಚಪ್ಪಲಿಗೋ ಸಗಣಿ ಮೆತ್ತಿ ಮನೆಯೆಲ್ಲಾ ಓಡಾಡಿಸಿ ಅವಳನ್ನು ಛೀ, ಥೂ ಎಂದು ಎಲ್ಲರ ಮುಂದೆ ಹೀಯಾಳಿಸುವುದೆಂದೋ... ಇದ್ಯಾವೂ ಕೂಡ ವಾಸ್ತವದಲ್ಲಿ

ಕಲ್ಪನೆಗೆ ದಕ್ಕುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ, ಇಂಥ ವಿಕ್ಷಿಪ್ತತೆಗಳು ದೈನಿಕ ಧಾರಾವಾಹಿಯ ಪ್ರತಿ ದಿನದ ಪಠ್ಯವಾಗಿ ಹೊರ ಹೊಮ್ಮುತ್ತವೆ. ಕಾರಣ, ಉದ್ದೀಪನೆ. ಅದನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಸರಳವಾಗಿ ಕತೆ ಹೇಳಿದರೆ, ಉದ್ದೀಪನದ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ನೋಡುವುದಿಲ್ಲವೆಂದು ತಾನು ಹೀಗೇ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ನಿರ್ದೇಶಕನಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮ ತಾಕೀತು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನಿರ್ದೇಶಕನಿಗೋ ತಾನು ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಕಾರ್ಯ ಸಾವಿರಾರು ಸಂಚಿಕೆಗಳಷ್ಟು ನಡೆದು ನೂರಾರು ಜನ್ಮಗಳಿಗೂ ನಡೆದು ತನ್ನ ಕೆಲಸ ಚಿರಸ್ಥಾಯಿಯಾಗಿರಬೇಕೆಂದು ಯೋಚಿಸುತ್ತಾನೆ. ಹಾಗೇ ಮಾಡುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಾನೆ. ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಎಲ್ಲಿಂದ ಬಂತು..? ಬಂಡವಾಳಶಾಹಿಯೂ, ಮಾಧ್ಯಮವೂ ತಮ್ಮ ಪಠ್ಯದ ಮೂಲಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದಿಡುತ್ತಿದೆ. ನಾವು ಬೆರಗುಗಣ್ಣಿಂದ ಅದನ್ನು ನೋಡಿ ದೂರ ತಳ್ಳುತ್ತಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ ಆಶ್ಚರ್ಯದಿಂದ ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುತ್ತಾ ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಆ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ತಂದುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ. ನಮ್ಮ ಮೂಲಕ ಅದರೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಣ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲದ್ದರಿಂದ ಆ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಲು ಆಹ್ವಾನಿಸುತ್ತೇವೆ. ಇದನ್ನು ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು "ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ" ಎನ್ನಬಹುದೇನೋ?

"ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ"(ಇಂಗ್ಲೀಷಿನಲ್ಲಿ ರಿವರ್ಸ್ ಐಡೆಂಟಿಟಿ ಎಂದು ಕರೆಯಬಹುದು). ನಾವು ಯಾವಾಗಲೂ ಹೀಗಾಗಬೇಕು-ಹಾಗಾಗಬೇಕು ಎಂದು ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತೇವೆ. ಇಲ್ಲವೇ ಇದು ಬೇಕು ಅದು ಬೇಕು ಎಂದು ಹಲಬುತ್ತೇವೆ. ಅವುಗಳನ್ನು ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಇಲ್ಲವೇ ಹೊರಗಿನ್ನೆಲ್ಲೋ ಕಂಡಾಗ ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸಿ ಅದರೊಟ್ಟಿಗೆ ನಮ್ಮ ಆಸೆಗಳನ್ನು ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಆದರೆ, ಯಾವುದೋ ಹೊಸ ಆಶಯವು ಅಥವಾ ಪಾತ್ರ ವಿಶೇಷವು ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಕಂಡಾಗ ಅರೆ ಹೌದಲ್ಲ!? ಇಂಥದ್ದೂ ಇದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾ ಆ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಬಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಅಂದರೆ ಆ ಪಾತ್ರವನ್ನೇ ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತೇವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಧಾರಾವಾಹಿಯಲ್ಲಿನ ಅತ್ತೆ. ಆಕೆಗೋ ಯಾರಿಗೂ ಇಲ್ಲದ ತರ್ಕ ಶಕ್ತಿ, ಸೂಕ್ಷ್ಮಗ್ರಾಹಿ, ತನ್ನ ನಿಲುವಿನಲ್ಲಿ ಅತ್ತೆಯಾಗಿದ್ದರೂ ನಮ್ಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಚೌಕಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಬರುವ ಕ್ರೂರ(ಈ ಪದ ಸರಿಯೇ!?)ಅತ್ತೆಯ ಗುಣಗಳನ್ನು ತೋರ್ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ. ಆಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಬರೆಯೋಕೆ ಪುಟಗಳೇ ಸಾಲುವುದಿಲ್ಲ!. ಆ ಪಾತ್ರದ ಕಲ್ಪನೆ ಯಾವ ಸೊಸೆಯಿಂದಲೂ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಅಂಥ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಟೀವಿಯಲ್ಲಿ ನೋಡಿದಾಗ ಮೇಲೆ ಹೇಳಿದ ಉದ್ಗಾರ ಹೊರಡುತ್ತದೆ. 'ಅರೆ, ಹೌದಲ್ಲ!? ಮೆಲ್ಲಗೇ ಆ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಬಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ. ಅದು ನಮ್ಮನ್ನು ಆವರಿಸಲು ಅನುವುಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತೇವೆ. ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಅಂಶವನ್ನು(ಎಲಿಮೆಂಟ್) ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಬಿಟ್ಟು ನಮ್ಮೊಂದಿಗಿನ ಸಮೀಕರಣಕ್ಕೆ

ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುವ ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ 'ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ' ಎನ್ನಬಹುದು. ಸಮೀಕರಣ ನಮ್ಮಿಂದಲೇ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವುದು. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ತಿರುಗುಮುರುಗು! ಹೊರಗಿನದ್ದನ್ನು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಲು ಬಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು. ಇದು ಹ್ಯಾಗೆ ಸಾಧ್ಯ? ನಿರಂತರವಾಗಿ ಅದರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿದ್ದಾಗ ಅದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ಪ್ರತಿನಿತ್ಯವೂ ನೀವು ಆಯಾ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯವನ್ನೇ ನೋಡುತ್ತಲೇ ಇರಬೇಕು. ಒಂದು ದಿನ ತಪ್ಪಿಸಿದರೂ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ತಳಮಳವಾಗುತ್ತದೆ. ನೀವು ಆ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಮೊದಲು ಪ್ರೀತಿಸಿದ್ದೀರೋ...ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಆ ಪಾತ್ರವನ್ನೇ ನೀವು ಮೊದಲು ನೋಡಿದ್ದು. ಅದನ್ನು ನಿಮ್ಮೊಳಗೊಂದಾಗಲು ನೀವೇ ಆಹ್ವಾನಿಸಿದ್ದು. ಪ್ರತಿನಿತ್ಯವೂ ಆ ಪಾತ್ರವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕರೆಯುತ್ತದೆ. ಅಥವಾ ಸಮೀಕರಣಕ್ಕೆ ಆಹ್ವಾನವಿತ್ತ ನೀವೇ ಆ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅಪಚಾರವಾಗದಂತೆ ಪ್ರತಿನಿತ್ಯದ ಅದರೊಂದಿಗಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಬಯಸುತ್ತೀರ. ಹಾಗಾಗಿ ನಿತ್ಯವೂ ಆ ಪಠ್ಯ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಅದರ ಮುಂದೆ ಹಾಜರ್. ಒಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳೋಕೆ.

ಅದನ್ನು ವಾಸ್ತವಕ್ಕೆ ತರುತ್ತೀರಾ? ಇಲ್ಲ! ಕಾರಣ ನಿಮಗೂ ಗೊತ್ತಿದೆ ಅದು ವಾಸ್ತವಾಭಾಸ ವೆಂದು. ಮತ್ತೆ ಮುಂದೆ...ಮುಂದೆ ಏನೂ ಇಲ್ಲ. ಅದರೊಂದಿಗೆ ಅದು ಇದ್ದಷ್ಟೂ ದಿನ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ವಾಗಿ ಸಂವಾದ ಏರ್ಪಡಿಸಿಕೊಂಡು ಪಠ್ಯ ಒಂದಿಲ್ಲೊಂದು ದಿನ ಕೊನೆಗೊಂಡಾಗ ಕೈತೊಳೆದು ಮತ್ತಿನ್ನೇನಕ್ಕೋ ಕಾಯುತ್ತೀರಿ! ಹ್ಯಾಗಿದೆ, ಮಾಧ್ಯಮ ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟಿರುವ ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಪರಿ! ಈ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ನೋಡುವುದನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರಲ್ಲ...ಇದರ ಲಾಭ ಖಂಡಿತವಾಗಲೂ ಮಾಧ್ಯಮದ್ದೇ. ನಿಮ್ಮ ಭಾನಾತ್ಮಕ ಆಶೆಗಳು ಈಡೇರಿದವಂದು ನೀವು ತೃಪ್ತಿಪಟ್ಟುಕೊಂಡಿರಾ...ಹೆದರುವುದನ್ನೂ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ...ನಿಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನ ಇಂಗಿತವನ್ನು ಗುಟ್ಟಾಗಿ ಬಿಡಿಸಿಟ್ಟಿದ್ದು ಆ ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ. ಆ ಕಾರಣಕ್ಕೇ ಈ ಪಠ್ಯ ಹಲವು ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ನಡೆಯೋದು ಮತ್ತು ಅಂಥದ್ದೇ ಇನ್ನೊಂದು ಮತ್ತೊಂದು ಬರೋದು. ಅಂಥವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲು ಇಲ್ಲವೇ ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಮಾಧ್ಯಮದವರ ಮುಂದೆ ಗೋಗರೆಯೋದು. ವಾಹಿನಿಯವರು ಮೂರು ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆಯೋ ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆಯೇ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಗೆ ಹೋಗಿ ತಮ್ಮ ಪಠ್ಯಗಳ ಬಗೆಗೆ ಸಂವಾದ ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲಿ ಬರುವ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು, ಅವರು ಕೇಳುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಪಾತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಅವರು ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ರೀತಿಗಳು. ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಅವರು ನೀಡುವ ಬೇಡಿಕೆಗಳು...ಇವೆಲ್ಲವೂ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹಿಡಿತವನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುತ್ತದೆಯಷ್ಟೇ. ಮತ್ತು ಈ ಸಂವಾದಗಳು ಮಾಧ್ಯಮದವರಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಅಹಂಕಾರ ಮೂಡಿಸುತ್ತವೆ—ಈ ಮೂಲಕ ಮತ್ತಿನ್ನಷ್ಟು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೇನೆಂದು!

೬.೨. ಆಯ್ಕೆಯ ಬಹುತ್ವ: ಅಸ್ತಿತ್ವದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಥ್ಯದಿಂದಾಗಿ ಸಾಮೂಹಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ನಾವು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಸಂಸಾರದೊಟ್ಟಿಗಿದ್ದರೂ ವಿಘಟಿತರಾಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ನಾವು ಬಿಡುವಂತೆ ತೋರುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಅದು ನಮಗೆ ಕೊಟ್ಟದ್ದನ್ನು ಪೂರ್ತಿಯಾಗಿ ಸವಿಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಒಂದಕ್ಕೆ ವಾಲಿದರೆ ಮತ್ತೊಂದನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸುತ್ತಲೇ ಇದೆ. ತನ್ನ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ನಾನಾ ರೂಪದಲ್ಲಿ ನಾನಾ ಆಕಾರಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಪಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ತನ್ನ ಸದ್ಯ ಪರಿಸರದಿಂದ ಒಂಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಎಂದು ಎನಿಸುತ್ತಲೇ ಫೇಸ್ ಬುಕ್, ಟ್ವಿಟರ್ ಮುಂತಾದ ಆಕರಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ವಾಹಕಗಳಲ್ಲೊಂದಾದ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮನ್ನು ಮತ್ತೆ ಹಿಡಿದಿಟ್ಟಿದೆ. ಈಗ ಮನುಷ್ಯ ಒಂಟಿಯಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದುಕೊಂಡೇ ಮತ್ತಷ್ಟು ಒಂಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಸಂಬಂಧಕ್ಕೊಂದು ವಿರೂಪವಾದ ಅರ್ಥ ಕೊಟ್ಟಿದೆ. ಕೇವಲ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಲ್ಲಿಯೋ ಇಲ್ಲ ಮತ್ತಿನ್ಯಾವುದೋ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂಪರ್ಕವಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದರೆ ಸಮೂಹವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಹಾಗೇ ಎಂದು ಸಾರಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಆದರೆ ಕಣ್ಣಿಂದ ನೋಡಿದ್ದೇ ಇಷ್ಟೊಂದು ವಿಪರೀತಕ್ಕೆ ನಮ್ಮನ್ನು ಒಯ್ದಿರುವಾಗ ಇನ್ನು ಕೇವಲ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಫೋಟೋ ಮೂಲಕ ಸಂಬಂಧ ಹ್ಯಾಗೆ ಸಾಧ್ಯ?! ಸಮುದಾಯದ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಗಳು ಗಾಢವಾಗಿ ಬೆಸೆಯೋದು ಪರಸ್ಪರ ಜೊತೆಗೂಡಿದಾಗ, ಮಾತನ್ನಾಡಿದಾಗ ಹಾಗೆ ಮಾತನ್ನಾಡುತ್ತಲೇ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೋ ಇಲ್ಲವೇ ಕೊಡು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಡೆದಾಗ. ಆದರೆ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕೊಡು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯವಹಾರವೇ ಇಲ್ಲವೇ! ಇವರ ಸಂವಹನೆ ಅಕ್ಷರದ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರವೇ. ಕಾರಣ ಇಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸುವ ಭಾಷೆಗೆ ವ್ಯಾಕರಣದ ಹಂಗಿಲ್ಲ.

ಕಾರಣಾಂತರದಿಂದ ಟೀವಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನೋಡಲು ಆಗದಿದ್ದ ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಈಗ ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಆಸರೆಯಾಗಿದೆ. ಆಕೆ ಅದನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಮಕ್ಕಳು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಲ್ಲಿ, ಅಜ್ಜ ಅಜ್ಜಿ ಟೀವಿಯ ಮುಂದೆ, ಗಂಡ ಟ್ಯಾಬ್‌ನಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿದ್ದು...ಹೀಗೆ ನಮ್ಮ ಮನೆಯಲ್ಲಿಯೇ ನಮ್ಮ ವಲಯದಲ್ಲಿಯೇ ನಾವೇ ದ್ವೀಪಗಳಾಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಇನ್ನು ಹೊರಗೆ ಹೋದಾಗಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ! ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಕೊಟ್ಟು, ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಪಥ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ, ಲಿಂಗ, ವಯಸ್ಸು, ಓದು ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಗಳಿಂದ ನಮ್ಮನ್ನು ಪರಿಪರಿಯಾಗಿ ವಿಘಟಿಸಿ ಮನೆಯಲ್ಲಿನ ನೆಮ್ಮದಿಯ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಸಾಮೂಹಿಕವಾದ ಸಂತೋಷದ ವಾತಾವರಣವನ್ನೇ ತೆಗೆದುಹಾಕಿದೆ. ಏನಿದ್ದರೂ ವೈಯಕ್ತಿಕವಾದ ವಾದ. ನಮ್ಮದೇ ಪ್ರಪಂಚ...ನಮ್ಮದೇ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚ. ಅದನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲೂ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ.

ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮ ವಿಘಟಿಸಿಯಾಗಿದೆಯಲ್ಲ! ನಮ್ಮ ನಮ್ಮ ಪಥ್ಯ ನಮಗೆ ಎಂದು. ಇನ್ನೂ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಅಳವಡಿಕೆ ನಮ್ಮ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಆಗದ್ದರಿಂದ ಅಲ್ಪ ಸ್ವಲ್ಪ ಸಂಬಂಧಗಳು ಅಲ್ಲಿನ್ನೂ ಉಳಿದಿವೆ. ಸಾಮುದಾಯಿಕ ಸಂತೋಷಗಳು ಅಲ್ಲಿನ್ನೂ ನಾಶವಾಗಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಪಾರಂಪರಿಕ ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮೌಲ್ಯಗಳು ಇನ್ನೂ ಜೀವಂತವಾಗಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಅವರನ್ನೂ ಆವರಿಸುತ್ತಿದೆ.

ತೃತೀಯ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿನ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳಿಗೆ ಅಂತರ್ಜಾಲವನ್ನು ತನ್ನ ದೇಶದ ಎಲ್ಲಾ ಮೂಲೆಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮವೇ ತನ್ನ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಮೂಲಕ ಹೇರುತ್ತಿದೆ. ಮೂರು ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಸುದ್ಧಿವಾಹಿನಿಯಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ಭಾರತ ಹಿಂದುಳಿದಿದೆ ಹಾಗಾಗಿ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಹಿಂದುಳಿಯಲಿದೆ ಎಂದು ಸರ್ಕಾರದ ಮೇಲೆ ಒತ್ತಡ ಹೇರುತ್ತಲಿದೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲವೆಂದಲ್ಲ. ಆದರೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಜಾಗತಿಕ ಸಮುದಾಯವನ್ನು(ಗ್ಲೋಬಲ್ ವಿಲೇಜ್) ಜಾರಿಗೆ ತರುವಲ್ಲಿ ತಡವಾಗುತ್ತದೆ ಅಷ್ಟೇ. ಇದರಿಂದ ಏನಾದರೂ ಅಭಾವವಾಗುತ್ತದೆಯೋ? ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚಿಕೆ ತಡವಾಗುವುದು ಬಿಟ್ಟರೆ ಬೇರೆ ಇನ್ನಾವ ಲೋಪವೂ ಸಾಮುದಾಯಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಹಿಂದುಳಿದಿದೆ ಎಂದು ಹೀಯಾಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಭಯ ಇದೆಯಲ್ಲ? ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಜಾಗತಿಕ ಸಮುದಾಯದ ಕಲ್ಪನೆ ಹೇಗೆ ಸಾಧ್ಯ? ಸಂಪರ್ಕದಿಂದ ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಪರಸ್ಪರರ ಜೀವನವನ್ನು, ವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಗುಣವಿಷೇಶವನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆಂದ ಮಾತ್ರಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರ ಬಂದು ಬಿಡುತ್ತೇವೆಯೇ? ಮಾಧ್ಯಮದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರೇರಿತ ಪರಿಕರಗಳಾದ ಟ್ಯಾಬ್, ಐಪ್ಯಾಡ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳೆಲ್ಲವೂ ಈ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ನಮಗೆ ಉಣಬಡಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ ನಮ್ಮ ವ್ಯಯಕ್ತಿಕ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಭಾವಗಳೇನು? ಬಾಹ್ಯ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ನಮ್ಮೊಳಗೆ ಬಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ ಅಷ್ಟೇ. ನಮ್ಮ ಮನೆಯ ನೆಮ್ಮದಿಯ ವಲಯಕ್ಕೂ ನಾವು ವೃತ್ತಿ ಜೀವನವನ್ನು ತಂದು ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ಈಗ ಟೀವಿ ನೋಡುವುದಕ್ಕೆ ನಾವು ಮನೆಗೇ ಹೋಗಬೇಕಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲಿಗೆ ಸಾಮುದಾಯಿಕ ವೀಕ್ಷಣೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಮುರಿದು ಬಿದ್ದ ಹಾಗಾಯ್ತು.

ನಮ್ಮ ಬಿಡುವಿಲ್ಲದ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನರಿತ ಟೀವಿ ಈಗ ತೀರಾ ವ್ಯಯಕ್ತಿಕವಾಗುತ್ತಿದೆ. ತನ್ನ ರೂಪವನ್ನು ಇನ್ನೂಕಿರಿದಾದ ಪರದೆಗಳಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳ ಪರದೆ ಈಗ ದೊಡ್ಡದಾಗುತ್ತಿದೆ. ಟೀವಿ ವಾಹಿನಿಗಳು ಅದರಲ್ಲಿ ಜಾಗ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಕೂತದ್ದಾಗಿದೆ. ದೊಡ್ಡ ಪರದೆಯ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳು ಈಗ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥರಗಳನ್ನೂ ಮುಟ್ಟುವಂಥ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಟೀವಿಯಲ್ಲಿನ ಪಥ್ಯಗಳ ಆಯ್ಕೆಯು ಇನ್ನೂ ವಿಸ್ತಾರವಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತದೆ. ಕಾರಣ, ತೀರಾ ವ್ಯಯಕ್ತಿಕವಾಯಿತೆಂದ ಮೇಲೆ ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ರೀತಿಯೂ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ವಿಭಿನ್ನ ರೀತಿಯ ಪಥ್ಯಗಳು ಬೇಕಿರುತ್ತವೆ. ತಮ್ಮ ಪಥ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ

ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸಮಯದ ವಿಭಜನೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಬೇರೆಯದ್ದೇ ಆಗುತ್ತದೆ. ಇನ್ನು ಮನುಷ್ಯ ಹೆಚ್ಚು ಒಂಟಿಯಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಾನೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳೇ ರುಚಿ ತೋರಿಸಿಕೊಟ್ಟ 'ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ' ರೂಢಿಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕ ಆಕರಗಳು ಹೊರಗೆ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದ ನಿರಾಶೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಕಿರಿಕಿರಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಹರಿವು ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದಂತೇ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ತನ್ನ ಹೊರಗಿನ ಪ್ರಪಂಚದೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸಲು ಹೆಚ್ಚು ತಿಣಕಾಡಬೇಕಿಲ್ಲ. ಆ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳು ನಮ್ಮ ಜೇಬಿಗನುಗುಣವಾಗಿ ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಆಸಕ್ತಿಗನುಗುಣವಾಗಿ ತಮ್ಮಲ್ಲಿ ಕ್ಯಾಮೆರಾಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡೇ ಬಂದಿವೆ. ಫೋಟೋ ತೆಗೆದೋ ಇಲ್ಲಾ ತೆಗೆಸಿಕೊಂಡೋ ಸುಮ್ಮನೆ ಕೂರುವುದಕ್ಕಲ್ಲ. ಆ ಮೂಲಕ ಇತರರೊಂದಿಗೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮುಖೇನ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಾಗಿ. ಈಗ ಇವನ ಸ್ನೇಹಿತರೆಲ್ಲಾ "ಈ–ಸ್ನೇಹಿತರು". ಯಾರೂ ಪರಸ್ಪರ ಮುಖಾ ಮುಖಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವವರಲ್ಲ. ಅಂತರ್ಜಾಲದ ತಾಣಗಳಲ್ಲಿಯೇ ತಮ್ಮ ದರ್ಶನ ಕೊಡುವವರು. ಈ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ "ಈ–ಸ್ನೇಹಿತರು" ತಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ಇದರೊಟ್ಟಿಗೇ ಕಳೆಯುತ್ತಾರೆ. ಕಣ್ಣಿಗೆ ಬಡಪೆಟ್ಟಿಗೆ ಕಾಣದಿರುವವರೊಂದಿಗಿನ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕಾಗಿ ತನ್ನ ಸಂಸಾರದೊಂದಿಗಿದ್ದೂ ಅಂತರವನ್ನು ಸಾಧಿಸುತ್ತಿರುತ್ತಾನೆ. ಒಟ್ಟಿಗಿದ್ದೂ ಎಷ್ಟು ಒಂಟಿಯಾಗಿಬಿಡುತ್ತೇವೆ! ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ನಾವಿಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರೂ ಆಗಬಹುದು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಸವಿಯುವವರೂ ಆಗಬಹುದು. ಕೆಲವು ಮಾಧ್ಯಮ ಗಳಂತೂ 'ನಾಗರೀಕ ವರದಿಗಾರ' ಎಂಬ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಮುಂದು ಮಾಡಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ನಾಗರಿಕರಿಗೂ ವರದಿ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿವೆ. ಅವರ ಬಳಿಯಿರುವ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನೇ ಕ್ಯಾಮೆರಾ ಮತ್ತು ಮೈಕ್. ಇದಕ್ಕಿಂತ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ನಮಗೆಲ್ಲಿ ಸಿಗಬೇಕು. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಈಗ ಸಾಮಾನ್ಯನ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಭಲವಾದ ಅಸ್ತ್ರವನ್ನು ಕೊಟ್ಟಿದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮೇಲೆ ನಮ್ಮ ಬೇಡಿಕೆಗಳ ರಾಶಿಯನ್ನೇ ಸುರಿದಿದ್ದೇವೆ. ಬರೀ ಪ್ರಭುತ್ವವಾದಿಗಳಿಗೇ ಒಲಿಯುವ ಮಾಧ್ಯಮ ನಮಗೇಕೆ ಒಲಿಯಬಾರದೆಂಬ ನಿಲುವು ತಾಳಿದ್ದಕ್ಕೆ ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸಾಲುಗಟ್ಟಿ ನಿಂತಿವೆ. ವಾಹಿನಿಗಳು ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಎಲ್ಲರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನೂ ತಮ್ಮ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತಾ ಮುಖ್ಯ ಸಂವಾದದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶವೀಯುತ್ತಾ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಹಿಗ್ಗಿಸುತ್ತಿದೆ.

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಜೀವನದ ಎರಡು ಮಹತ್ವದ ಮಜಲುಗಳನ್ನು ಒಂದು ಮಾಡಿದೆ. ಬಾಹ್ಯ ಜೀವನ ಮತ್ತು ಆಂತರಿಕ ಜೀವನದ ಮಧ್ಯೆ ಈಗ ಹೆಚ್ಚು ಅಂತರವಿಲ್ಲ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರೇರಿತ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯದ ಆಯ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದ್ದಂತೇ ಅವನ ಸಂಬಂಧಗಳ ಆಯ್ಕೆ ದೂರವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾಹಿತಿ ಕೇಂದ್ರಿತ ಜೀವನವನ್ನು ನಾವು ರೂಢಿಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ.

ಮಾಧ್ಯಮ ನಮ್ಮನ್ನು ಸದಾ ತನ್ನ ಆಕರ್ಷಣೆಯಲ್ಲೇ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಕಷ್ಟು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರೇರಿತ ಕಸರತ್ತುಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಲೇ ಇದೆ. ಈಗ ಟೀವಿ ನಮ್ಮ ಮಾತು ಕೇಳುತ್ತದೆ. ಮೊದಲಾದರೋ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಥ್ಯದ ಮೂಲಕ ಅದರೊಟ್ಟಿಗೆ ನಮ್ಮ ಸಂಭಾಷನೆಯನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸಿದ್ದ. ಈಗ ಅದಕ್ಕೆ ಮಾತೂ ಕಲಿಸಿದ್ದಾನೆ. ಆನ್/ಆಫ್ ಮಾಡಲು ನಮಗೆ ಬೇಕಿರುವ ಚಾನೆಲ್ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲು, ಶಬ್ಧವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಮಾಡಲು/ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು.....ಹೀಗೆ ಅನೇಕಾನೇಕ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಸಲು ಅದಕ್ಕೆ ಮಾತಿನಲ್ಲೇ ಹೇಳಿದರೆ ಸಾಕು–ಮಾಡಿಬಿಡುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳಿಗೀಗ ನಮ್ಮ ಹಾವಭಾವಗಳೂ ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ! ಬೆಳಿಗ್ಗೆ ಪರದೆಯ ಮುಂದೆ ಕೈಯಾಡಿಸಿದರೆ ಆನ್ ಆಗಿ "ಗುಡ್ ಮಾರ್ನಿಂಗ್" ಎನ್ನುತ್ತದೆ. ಸಂಜೆಗೆ 'ಗುಡ್ ಈವನಿಂಗ್" ಎನ್ನುತ್ತವೆ. ಹಲ್ಲುಕಿರಿದು ನಕ್ಕಾಗಲಷ್ಟೇ ಕ್ಯಾಮೆರಾಗಳು ಫೋಟೋ ತೆಗೆಯುತ್ತವೆ! ಯಂತ್ರಕ್ಕೆ ಮಾನವನ ಗುಣವಿಷೇಶಗಳನ್ನು ಆರೋಪಿಸುತ್ತಿರುವುದು ಮತ್ತು ಅದರೊಂದಿಗೆ ನಾವು ನಿತ್ಯವೂ ಮಾತನಾಡುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು...!!! ನಮ್ಮ ಸಂಗಾತಿ ಯಾರಾಗಬಲ್ಲರು? ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನುಗಳೂ ಕೂಡ ನಮ್ಮ ಹಾವಭಾವಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಲ್ಲವಾಗಿವೆ. ಮೇಲಾಗಿ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಗಮನಿಸಿದರೆ, ನಿಮ್ಮ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳಲ್ಲೋ ಇಲ್ಲಾ ಟೀವಿ, ಮೊಬೈಲ್, ಐಪ್ಯಾಡ್‌ಗಳಲ್ಲೋ ಈ ರೀತಿಯ ಹಾವಭಾವಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ ಅದನ್ನು ಚಾಲ್ತಿಗೊಳಿಸಿದಾಗ ಅಥವಾ ಮತ್ಯಾವುದೋ ಚಲನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದಾಗ ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಒಂದು ಸಣ್ಣ ಸಂವಾದ ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ "ನಿಮ್ಮ ಈ ಹಾವಭಾವ ಸೂಚಕಗಳನ್ನು ನಮಗೆ ಕಳುಹಿಸಿದ್ದಾದರೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಬರುವಂತೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಸಹಾಯಕವಾಗುತ್ತದೆ...ಕಳುಹಿಸುವಿರಾ?!".

ಇನ್ನೂ ಗಮನಿಸಿದರೆ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಈಗೀಗ ನಮ್ಮ ಮಾತುಗಳನ್ನೂ ಆಲಿಸಿ ತಮ್ಮ ಚಲನೆಯನ್ನು ಶುರುವಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾವೆ. ಟೀವಿ ಮುಂದೆ ನಿಂತು ನಮಗೆ ಬೇಕಾದ "...ವಾಹಿನಿಯನ್ನು ಹಾಕು' ಎಂದರೆ ಹಾಕುತ್ತದೆ. ಮೊಬೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಇಂಥದ್ದೇ "...ಹಾಡನ್ನು ಹಾಕು" ಎಂದಾಕ್ಷಣ ಅಲ್ಲಿ ಶೇಖರಿಸಿಟ್ಟಿರುವ ಹಾಡುಗಳನ್ನು ಕೆದಕಿ ನಮಗೆ ಬೇಕಾದ ಹಾಡನ್ನು ಆಯ್ದು ಚಾಲು ಮಾಡಿ ಬಿಡುತ್ತದೆ! ಮತ್ತದೇ ಸಂವಾದದ ಕಿಂಡಿ ತೆರೆಯುತ್ತದೆ...ಅವನಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ತವಕದಿಂದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸುತ್ತೇವೆ. ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಾವಭಾವದ ಆಕರಗಳೊಂದಿಗೆ ಧ್ವನಿಯ ಏರಿಳಿತ ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಪ್ರಯೋಗದೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತೊಂದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅವತರಣಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಹೀಗೇ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ನಮ್ಮ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯನ್ನೆಲ್ಲಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಧಾರೆಯೆರೆಯುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಯಂತ್ರವು ನಮ್ಮ ಹಾಗೇ ಆಗಲು ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಅವುಗಳು

ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಂವಾದದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಲಿ, ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುವಂತಾಗಲೀ, ನಮ್ಮ ಹಾಗೇ ಹಾವಭಾವಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡು ಸಂವಾದದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಲಿ ಎಂದು, ಅವೂ ನಮ್ಮ ಹಾಗೇ ಆಗಲಿ ಎಂದು...ಹಾಗಾದರೆ ನಾವು ಯಾರು??!! ನಾವೇ ರೋಬೋಗಳಾ?! ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ನಮ್ಮ ಮುಂದೇ ನಿಂತಿದೆ ರೋಬೋ. ನಾವು ಮನುಷ್ಯರಾ?! ಹಾಗಿದ್ದರೇ ನಮಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲವಾದ ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ನಿಂತಿರುವ ಇದು ಏನು? ಯಂತ್ರವೇ? ಹಾಗಿದ್ದರೆ ಅದು ಮನುಷ್ಯರಿಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಸೃಜನಶೀಲವಾಗಿದ್ದು, ಕ್ರಿಯಾಶೀಲವಾಗಿದ್ದು, ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ನಮಗಿಂತಲೂ ವೇಗವಾಗಿ ತರ್ಕಕ್ಕೆ ಹಚ್ಚಿ ಅರ್ಥ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿದೆಯಲ್ಲಾ?! ಹಾಗಿದ್ದರೆ ನಾವು ಯಾರು?

"ಅರೆ ಹೌದಲ್ಲ?!" ಎಂದು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೇ ಅವಕಾಶಮಾಡಿ ಕೊಟ್ಟು ಅದು ನಮ್ಮನ್ನೇ ಆವರಿಸಿಕೊಂಡುಬಿಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ "ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ". ಟೀವಿ ಪಠ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಜಾರಿಯಾದಾಗ ಆಯಾ ಪಠ್ಯದ ಜೀವಿತಾವಧಿಯವರೆಗೂ ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಜೀವಂತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನೇ ಆಧರಿಸಿ ಪಠ್ಯದ ಮೂಲಕ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೂ ನಮಗೂ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವ ಹುನ್ನಾರದಿಂದ ಬಂದ ಹೊಸ ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ನಮ್ಮನ್ನು ಆವರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆದಷ್ಟೂ ಹೆಚ್ಚು ಪಡೆಯುವ ತಹತಹದಲ್ಲಿ, ಈ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಜ್ಞಾನಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಬೇಕಿಲ್ಲದ್ದಷ್ಟೂ ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಪಾಹಪಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ತನವನ್ನೇ ಮರೆತುಬಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಗೂ ಮೀರಿದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟ ಅವಕಾಶದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ "ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ". ನಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯ ಇರುವಿಕೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಯೇ ನಮಗಿಂದು ಕಾಡುತ್ತಿದೆ. "ನಾವು ಯಾರು?!" ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಕಂಬಾರರ "ಆ ಮರ ಈ ಮರ" ಪದ್ಯ ನೆನಪಾಗುತ್ತದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ದಂಡೆಯ ಮೇಲಿನ ಮರವಾದರೆ ನಾವು ನೀರಿನೊಳಗೆ ಇಳಿದ ಅದರ ಬಿಂಬಗಳಾಗಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಬೇರುಗಳು ಸಂಧಿಸಿವೆ. ಆದರೆ ನಮ್ಮ ಇರುವಿಕೆ ತರ್ಕಕ್ಕೆ ಸಂಧಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಬಿಟ್ಟುಕೊಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ಅದು ಏರುತ್ತಿದ್ದಂತೇ ನಾವು ಇಳಿಯುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಟೀವಿಯಿಂದ ಮೊದಲ್ಗೊಂಡು ಮಾಧ್ಯಮ ಸೃಷ್ಟಿಸಿರುವ ಈ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ನಾವು ಅದರ ಬಿಂಬವಾಗಿದ್ದೇವೆ ಅಷ್ಟೇ!

ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಅದರ ಜಾಗತಿಕ, ಭೌತಿಕ ವಿಸ್ತೀರ್ಣಗಳ ಬಗೆಗೆ, ಹೊಸ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಉಪಯೋಗ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಪರಿಣಾಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅಧ್ಯಯನದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿವೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದ ಮೂಡಿರುವ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲು ಒಂದು ಕಿಂಡಿಯಾಗಿದೆಯಷ್ಟೇ.

ಏಳನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಗಳು

ಏಳನೆಯ ಅಧ್ಯಾಯ

ಅಧ್ಯಯನದ ಫಲಿತಗಳು

ಒಟ್ಟು ಇಡೀ ಇಲ್ಲಿನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಸಾಪೇಕ್ಷ ಹಾಗೂ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಕಲೆಯ ಮೂಲಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಅಥವಾ ಕಲೆಯ ಒಡಲನ್ನು ಬಗೆಯುವ ರೂಢಿಗತ ಮಾದರಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಅಭಿರುಚಿ ಹಾಗೂ ಆಸಕ್ತಿಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಹಾಗೂ ನವಮಾಧ್ಯಮದ ಸ್ವರೂಪಗಳನ್ನು ನಿಷ್ಕರ್ಷೆಗೆ ಒಡ್ಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಧಾನದ ಆಯ್ಕೆಯೇ ಇಡೀ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿಸಿದೆ.

೧. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ–ವೀಕ್ಷಕ–ಗ್ರಾಹಕ ಇವುಗಳನ್ನು ಕೇವಲ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನಾಗಿ ನೋಡದೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಚಲನೆಯನ್ನಾಗಿ ಪರಿಭಾವಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು ಪ್ರಭಾವಪೂರ್ಣ ಹಾಗೂ ಪರಿವರ್ತನಾಶೀಲ ಚಾರಿತ್ರಿಕ ಸಂಕಥನಗಳನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುತ್ತವೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ–ವೀಕ್ಷಕನಾಗುವ, ವೀಕ್ಷಕ ಗ್ರಾಹಕನಾಗುವ, ಗ್ರಾಹಕ ನೋಡುಗನಾಗುವ ಚಲನೆಯೇ ಮಹತ್ವದ ಚಾರಿತ್ರಿಕ ಸ್ಥಿತ್ಯಂತರಗಳನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡುತ್ತದೆ.

೨. ಪಾರಂಪರಿಕ ರಂಗಭೂಮಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಒಳಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯೇ ಪ್ರಧಾನ. ಇದನ್ನು 'ಎನ್‌ಕಲ್ಚರೇಶನ್' ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತೇವೆ. 'ಎನ್‌ಕಲ್ಚರೇಶನ್'(Enculturation)ನನ್ನು ಕನ್ನಡದಲ್ಲಿ 'ಒಳಗೊಂಬ ಸಂಸ್ಕೃತಿ' ಎನ್ನಬಹುದು.

ಈ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ನನ್ನ ಈ ಸಂಶೋಧನೆಯ ತಳಹದಿ. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪರ್ಯಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸಿದ್ದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ನಮ್ಮ ಜೀವನವನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತಿದೆ. ಅದನ್ನು ಬದಿಗಿಟ್ಟು ನಾವು ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಲಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಯಾವುದೇ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದು ಕೊಳ್ಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಹಾಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕೆ ನಮಗೆ ಯಾವುದೋ ಅವ್ಯಕ್ತ ಭೀತಿ, ಸಂಶಯ. ಹಾಗಾಗಿ ಅಪ್ರಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಬಿಗಿದಪ್ಪಿದ್ದೇವೆ. ಇದನ್ನೇ ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು

ನೇರವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಆಶಯಗಳ ಮೇಲೆ, ನಂಬಿಕೆ ಪ್ರಮಾಣಗಳ ಮೇಲೆ ತನ್ನ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಸಾರಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಹೇಳುವ/ಸಾರುವ ಆಶಯಗಳನ್ನು, ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಮರುಮಾತನಾಡದೆ ಒಪ್ಪಿರುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ ಅದಕ್ಕೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನೂ ಸಮಾಧಾನವನ್ನೂ ಮಾಧ್ಯಮದಿಂದಲೇ ನಾವು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಮಾಧ್ಯಮವು ಸೃಷ್ಟಿಸಿರುವ 'ಒಳಗೊಂಬ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು' ನಾವಾಗಲೇ ಅವಿರ್ಭವಿಸಿಯಾಗಿದೆ. ಅದು ಒಂದೊಮ್ಮೆ ನಮ್ಮ ಮೇಲಿನ ದಾಳಿ ಎಂದೆನಿಸಿದರೂ, ಈ ವರೆಗೂ ಪಾಲಿಸಿಕೊಂಡು ಬಂದಿದ್ದ ಸ್ಥಾಪಿತ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಜೀವನ ಕ್ರಮದ ವೈರುಧ್ಯವೆಂದು ತಿಳಿದಿದ್ದರೂ ನಮಗೆ ಬೇರೆ ದಾರಿಯಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ನಾವೀಗಾಗಲೇ ಆ ಪರ್ಯಾಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯವರಿಗೂ ಅದರ ತಾಲೀಮು ಶುರುಮಾಡಿಸಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಹಿಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯವರನ್ನು ದಿಕ್ಕೆಟ್ಟವರಂತೆ ನೋಡುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಈ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ.

೩. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿ ಅವನಿಗೆ ಕಟ್ಟಿಕೊಟ್ಟ ವರ್ಗದ ಪಟ್ಟ ಆತನ ಮಾನಸಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಿರ್ಮಿಸುತ್ತವೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನೇ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಭ್ರಮೆಯನ್ನು ಹರಿಬಿಡುತ್ತವೆ. ಈಗ ಸೃಷ್ಟಿಕ್ರಿಯೆ ತಯಾರಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ಮಾರ್ಪಾಡಾಗಿದೆ. ಪಠ್ಯವನ್ನು "ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು", "ಸೃಷ್ಟಿಸುವುದು", ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪರೋಕ್ಷ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಅಲಂಕರಿಸಿದ ಮೇಲೆ "ತಯಾರು ಮಾಡುವುದು" "ಉತ್ಪಾದಿಸುವುದು" ಎಂದಾಗಿದೆ. "ಆಸ್ವಾದಿಸುವುದು" ಅಥವಾ "ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು" ಎನ್ನುವುದನ್ನು "ಬಳಸುವುದು", "ನೋಡುವುದು" ಎಂದು ವಿವರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮದ ಅತಿ ಬೇಗನೆ ತನ್ನ ಬಾಹುಗಳನ್ನು ಬಾಚಿ ಎಲ್ಲಾ ಜನ ಸಮೂಹವನ್ನೂ ತನ್ನ ತೆಕ್ಕೆಗೆ ಎಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಗುಣ.

೪. ಒಂದಂತೂ ನಿಜ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ಮನಸ್ಥಿತಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಾ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ, ಗ್ರಾಹಕ, ನೋಡುಗನ ರೂಪ ಪಡೆಯಲು ಹೊರಗಿನಿಂದ ಬಂದಂಥ ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಭಾವಗಳು ಅವನ ಮೇಲೆ ಮೋಡಿಯನ್ನು ಹಾಕಿಬಿಟ್ಟಿದ್ದವು. ಫಾರ್ಸಿ ಕಂಪೆನಿ ನೆಟ್ಟಿದ್ದ ಗ್ರಾಹಕನ ಬೀಜ ಕಲ್ಪನೆ ಈಗ ಚಿಗುರೊಡೆದು ಗಿಡವಾಗಿ ಹೂವು ಬಿಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿತ್ತು. ಸಿನೆಮಾ ಬರುತ್ತಿದ್ದಂತೇ ಹೂವು ಮಾಗಿದ ಕಾಯಿಯಾಯಿತು. ಮುಂದಿನ ಹೆಜ್ಜೆಯಲ್ಲಿ ಇಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕಾಲಿಡುತ್ತಿದಂತೆ ಈ ಕಾಯಿ ಹಣ್ಣಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಗ್ರಾಹಕನಾಗಿ ಆ ಮೂಲಕ ಕೇವಲ ನೋಡುಗನಾಗುವ ಸ್ಥಿತಿ ತಲುಪಿದ.

೫. ನಾವು ಕಿರುತೆರೆ ಅಂದಾಕ್ಷಣ ಕೇವಲ ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಮಾತ್ರ ಅಂದು ಬಿಟ್ಟರೆ, ಈಗಿನ ಸಂದರ್ಭಕ್ಕೆ ಈ ಮಾತು ಅಪ್ರಸ್ತುತವಾಗುತ್ತದೆ. ಟೆಲಿವಿಷನ್ ಜೊತೆಗೆ ನಮ್ಮ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ನಮ್ಮ ಕೈಯಲ್ಲಿರುವ ಮೊಬೈಲ್ ಕೂಡ ಸೇರಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ವಿಸ್ತೃತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗಾಗಿ ಬಂದಂಥ ಐ ಪ್ಯಾಡ್, ಟ್ಯಾಬ್ ಇತ್ಯಾದಿ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳು ಸೇರಿಕೊಂಡು ಬಿಡುತ್ತವೆ. ಯಾಕೆಂದರೆ, ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ಇದೇ ರೀತಿಯ ಪಠ್ಯವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಇಟ್ಟು ನಮ್ಮನ್ನು ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸಬಲ್ಲವು. ಇದು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಪರಾವಲಂಬಿತನವನ್ನು, ನಿಷ್ಕ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟು ಹಾಕಿತು.

೬. ಮಾಧ್ಯಮದ ಪಠ್ಯಗಳೇ ಅಷ್ಟು.. ಶೋಷಣೆಯೇ ಇದರ ಗುರಿ..! ಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸು ವುದು, ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ತನ್ನೊಂದಿಗೆ ಇರುವ ಹಾಗೇ ಮಾಡುವುದು. ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ಬಿಟ್ಟುಕೊಟ್ಟು ತನ್ನ ಮುಂದೆಯೇ ಕುಳಿತು ತನ್ನನ್ನೇ ಆರಾಧಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುವುದು. ಹೀಗೆ ನಾನಾ ರೀತಿಯ ವಾಂಛಲ್ಯಗಳಿಗೆ, ಶೋಷಣೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚು, ಹೆಚ್ಚು ಭೋಗಿಸುವ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಒಂದು ಮಾತು ನಾವು ಗಮನವಿಟ್ಟು ನೋಡಲೇಬೇಕಾದ್ದೇನೆಂದರೆ, ಪಠ್ಯಗಳಿಲ್ಲದೇ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಲ್ಲ, ಮಾಧ್ಯಮ ಬಿಟ್ಟು ಪಠ್ಯಗಳಿಲ್ಲ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅಕ್ಷರದ ಏನೇ ಹೊರಟರೂ ಕೂಡ ಆ ಅಕ್ಷರ ಪಠ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನ ನಡುವಿನ ಸಂವಾದ ಕೊಡು–ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

೭. ಮಾಧ್ಯಮ ಕಾಲಿಟ್ಟ ಹೊಸದರಲ್ಲಿ ಪಠ್ಯಗಳ ಸೃಷ್ಟಿ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕನೇ ಆದ್ಯತೆಯ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಾನೆ ಎಂದು ಸಾರಿದಾಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಹಿರಿ ಹಿರಿ ಹಿಗ್ಗಿದ. ಕ್ರಮೇಣ ಅವನ ಸಂತೋಷ ಕೇವಲ ಭ್ರಮೆಯೆಂದು ಗೊತ್ತಾಗುವಷ್ಟರಲ್ಲಿ ಪರೋಕ್ಷ ಪಠ್ಯದ ಸ್ಥಿತಿಯೊಂದು ಆವರಿಸಿಬಿಟ್ಟಿತ್ತು. ವಸ್ತುವಾಂಚೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು, ಬಳಕೆಗೆ ಬರಲಿ, ಬಿಡಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಅಂಥ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವ ಅನಿವಾರ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು, ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಹೇರುತ್ತಾ ವ್ಯವಹಾರ ಕುಶಲತೆಯನ್ನು, ವ್ಯವಹಾರ ಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಹಿಗ್ಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಇಲ್ಲಿನ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿತ್ತು. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಕೇವಲ ಕ್ರೀಡೆ ಆಗಿದ್ದ ಕ್ರಿಕೆಟನ್ನು ಇಂಡಿಯನ್ ಪ್ರೀಮಿಯರ್ ಲೀಗ್ ಎಂದು ಮಾರ್ಪಾಡು ಮಾಡಿ ಹೊಸ ರೂಪ ಕೊಟ್ಟು ಆ ಪಠ್ಯಕ್ಕೆ ಇದರ ಉಪಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಪೇರಿಸುತ್ತಾ ಸಾರಾಸಗಟಾಗಿ ರಂಜನೀಯತೆಯ ಮೆರಗನ್ನು ಕೊಡುತ್ತಾ ಆಟವನ್ನು ವ್ಯವಹಾರದ ಸರಕಾಗಿ ಮಾಡಿದ್ದು ಮಾಧ್ಯಮದ ಪವಾಡ

ದಿಂದಲೇ..! ಕಾರಣ, ಮಾಧ್ಯಮದ ಆ ವಾಂಚೆಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ತಲೆದೂಗಿದ್ದೇವೆ, ದೂಗುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ತಲೆದೂಗುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತೇವೆ.

೮. ಇಂಥ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇಲ್ಲಿ ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ವಿವೇಕಕ್ಕೆ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಗುಣಾತ್ಮಕತೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಯೇ ಇಲ್ಲಿ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನಾಗಿ ಇರಗೊಡದೇ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ವೀಕ್ಷಕನನ್ನಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಬಿಟ್ಟಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಠ್ಯಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕನನ್ನು ತಾನೇ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿದ ಕೃತಕ ಬೇಡಿಕೆಗಳಿಗೆ ಯಾಚಿಸುವವನು ಎಂಬಂತೆ ನೋಡುತ್ತಿವೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಈಗ ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಬರುವುದಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ, ಮಾಧ್ಯಮ ಉಪಯೋಗವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಹಾಗೂ ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಬಳಕೆದಾರನಿಂದ, ಗ್ರಾಹಕನಿಂದ. ಆದರೆ, ಗ್ರಾಹಕ ಈಗ ಮತ್ತೊಂದು ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ತಲುಪಿದ್ದಾನೆ. ಗ್ರಾಹಕನಾದರೋ ಇಷ್ಟವಿದ್ದರೆ ವಸ್ತುವನ್ನು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ, ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಂಗಡಿಯ ಕಾಪಾಟುಗಳಲ್ಲೇ ಅದನ್ನು ಬಿಟ್ಟು ಬರುತ್ತಾನೆ. ತನ್ನ ಬಳಿ ಹಣವಿದ್ದರೆ ಕೊಡುತ್ತಾನೆ. ಸಾಲ ಮಾಡಲು ಶಕ್ತಿ ಇದ್ದರೆ ಸಾಲ ಮಾಡಿ ಅದನ್ನು ಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ. ಇಲ್ಲವೇ, ನೋಡಿ ಅದರ ಆಸೆಯನ್ನು ಮಡುಗಟ್ಟಿಸಿಕೊಂಡು ವಾಪಸ್ ಬರುತ್ತಾನೆ. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ಥಿತಿ.

೯. ನಾವು ಮಾಧ್ಯಮ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡಿರುವ ಪಠ್ಯಮುಖಿ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ಬಂಧಿಗಳು. ಮಾಧ್ಯಮ ತೋರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಜಗತ್ತು ರಂಗಿನದ್ದೇನೋ ಸರಿ. ಆದರೆ ನಮ್ಮ ಉಪಯೋಗಕ್ಕೆ ನಮ್ಮ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಅದು ಎಷ್ಟು ಹತ್ತಿರವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಶಿಸುವ ಗೊಡವೆಗೆ ನಾವು ಹೋಗುವುದಿಲ್ಲ. ಪಠ್ಯದ ಮೂಲಕ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸಕ್ಕೆ ಸೃಜನಶೀಲ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಹಂದರವಿದೆಯೋ? ಇಲ್ಲ. ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕೂಡ ನಿರ್ಧರಿತವಾದ ಅಂಧಪಠ್ಯಗಳೋ. ಇದನ್ನು ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡುವವನು ಸೃಜನಶೀಲ ನಿರ್ದೇಶಕನಲ್ಲ.. ನಿರ್ದೇಶಕ ಹೆಸರಿಗಷ್ಟೇ. ಅವನಾಗಲೇ ತನ್ನ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ, ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಅಡವಿಟ್ಟುಬಿಟ್ಟಿದ್ದಾನೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಅನುಭೂತಿಗಿಂತ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು, ಉದ್ದೀಪಿಸುವುದು, ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಆಳವಾಗಿ ಬೇರೂರುವ ಪಠ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು ಇಂದಿನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವ್ಯವಹಾರಿಕ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

೧೦. ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಠ್ಯದಿಂದಾಗಿ ಸಾಮೂಹಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆಯನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಸಂಸಾರದೊಟ್ಟಿಗಿದ್ದರೂ ವಿಘಟಿತನಾಗುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಆತ ಬಿಡುವಂತೆ ತೋರುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾಕೆಂದರೆ ಅದು ಅವನಿಗೆ ಕೊಟ್ಟಿದ್ದನ್ನು ಪೂರ್ತಿಯಾಗಿ ಸವಿಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಒಂದಕ್ಕೆ ವಾಲಿದರೆ ಮತ್ತೊಂದನ್ನು ಹುಟ್ಟಿಸುತ್ತಲೇ ಇದೆ. ತನ್ನ

ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ನಾನಾ ರೂಪದಲ್ಲಿ ನಾನಾ ಆಕಾರಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಪಡಿಸುತ್ತಲಿದೆ. ಸದ್ಯ ತನ್ನ ಪರಿಸರದಿಂದ ಒಂಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಎಂದು ಎನಿಸುತ್ತಲೇ ಫೇಸ್ ಬುಕ್, ಟ್ವಿಟರ್ ಮುಂತಾದ ಆಕರಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ ವಾಹಕಗಳಲ್ಲೊಂದಾದ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಅವನನ್ನು ಮತ್ತೆ ಹಿಡಿದಿಟ್ಟಿದೆ. ಈಗ ಮನುಷ್ಯ ಒಂಟಿಯಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದುಕೊಂಡೇ ಮತ್ತಷ್ಟು ಒಂಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದಾನೆ.

ಕೇವಲ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಲ್ಲಿಯೋ ಇಲ್ಲ ಮತ್ತಿನ್ಯಾವುದೋ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂಪರ್ಕವಿಟ್ಟು ಕೊಂಡರೆ ಸಮೂಹವನ್ನು ಕಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಹಾಗೇ ಎಂದು ಸಾರಿಬಿಟ್ಟಿದೆ. ಆದರೆ ಕಣ್ಣಿಂದ ನೋಡಿದ್ದೇ ಇಷ್ಟೊಂದು ವಿಪರೀತಕ್ಕೆ ನಮ್ಮನ್ನು ಒಯ್ದಿರುವಾಗ ಇನ್ನು ಕೇವಲ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಫೋಟೋ ಮೂಲಕ ಸಂಬಂಧ ಹ್ಯಾಗೆ ಸಾಧ್ಯ?! ಸಮುದಾಯದ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಗಳು ಗಾಢವಾಗಿ ಬೆಸೆಯೋದು ಪರಸ್ಪರ ಜೊತೆಗೂಡಿದಾಗ, ಮಾತನ್ನಾಡಿದಾಗ ಹಾಗೆ ಮಾತನ್ನಾಡುತ್ತಲೇ ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೋ ಇಲ್ಲವೇ ಕೊಡು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಡೆದಾಗ. ಆದರೆ ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕೊಡು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯವಹಾರವೇ ಇಲ್ಲವೇ. – ಅಕ್ಷರದ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನೆ! ಇಲ್ಲಿಯೂ ಮನುಷ್ಯ ಹೇಗೆ ಒಂಟಿಯಾಗುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

೧೧. ಕಾರಣಾಂತರದಿಂದ ಟೀವಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನೋಡಲು ಆಗದಿದ್ದ ಹೆಣ್ಣುಮಕ್ಕಳಿಗೆ ಈಗ ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಆಸರೆಯಾಗಿದೆ. ಆಕೆ ಅದನ್ನು ನೋಡುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಮಕ್ಕಳು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಲ್ಲಿ, ಅಜ್ಜ ಅಜ್ಜಿ ಟೀವಿಯ ಮುಂದೆ, ಗಂಡ ಟ್ಯಾಬ್‌ನಲ್ಲಿ ಹುದುಗಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ತಮ್ಮ ಮನೆಯಲ್ಲಿಯೇ ತಮ್ಮ ವಲಯದಲ್ಲಿಯೇ ತಾವೇ ದ್ವೀಪವಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇನ್ನು ಹೊರಗೆ ಹೋದಾಗಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ! ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಕೊಟ್ಟು, ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ, ಲಿಂಗ, ವಯಸ್ಸು, ಓದು ಇತ್ಯಾದಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಂದ ನಮ್ಮನ್ನು ಪರಿಪರಿಯಾಗಿ ವಿಘಟಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮನೆಯಲ್ಲಿನ ನೆಮ್ಮದಿಯ ಮಲಯದಲ್ಲಿ ಸಾಮೂಹಿಕವಾದ ಸಂತೋಷದ ವಾತಾವರಣವನ್ನೇ ಇದು ಕಲಕಿಹಾಕಿದೆ. ಏನಿದ್ದರೂ ವೈಯಕ್ತಿಕವಾದ ವಾದ. ನಮ್ಮದೇ ಪ್ರಪಂಚ...ನಮ್ಮದೇ ಜ್ಞಾನ ಪ್ರಪಂಚ. ಅದನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲೂ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಮಾಧ್ಯಮ ವಿಘಟಿಸಿಯಾಗಿದೆಯಲ್ಲ! ನಮ್ಮ ನಮ್ಮ ಪಠ್ಯ ನಮಗೆ ಎಂದು. ಇನ್ನೂ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಅಳವಡಿಕೆ ನಮ್ಮ ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಆಗದ್ದರಿಂದ ಅಲ್ಪ ಸ್ವಲ್ಪ ಸಂಬಂಧಗಳು ಅಲ್ಲಿನ್ನೂ ಉಳಿದಿವೆ. ಸಾಮುದಾಯಿಕ

ಸಂತೋಷಗಳು ಅಲ್ಲಿನ್ನೂ ನಾಶವಾಗಿಲ್ಲ. ಕಾರಣ ಪಾರಂಪರಿಕ ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮೌಲ್ಯಗಳು ಇನ್ನೂ ಜೀವಂತವಾಗಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಲಾಗಿದೆ.

೧೨. ಟೀವಿ ಈಗ ತೀರಾ ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗುತ್ತಿದೆ. ತನ್ನ ರೂಪವನ್ನು ಇನ್ನೂ ಕಿರಿದಾದ ಪರದೆಗಳಲ್ಲಿ ಮೂಡಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳ ಪರದೆ ಈಗ ದೊಡ್ಡದಾಗುತ್ತಿವೆ. ಟೀವಿ ವಾಹಿನಿಗಳು ಅದರಲ್ಲಿ ಜಾಗ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಕೂತದ್ದಾಗಿದೆ. ದೊಡ್ಡ ಪರದೆಯ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳು ಈಗ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥರಗಳನ್ನೂ ಮುಟ್ಟುವಂಥ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಟೀವಿಯಲ್ಲಿನ ಪಠ್ಯಗಳ ಆಯ್ಕೆಯು ಇನ್ನೂ ವಿಸ್ತಾರವಾಗುತ್ತಾ ಹೋಗುತ್ತಿದೆ. ಕಾರಣ, ತೀರಾ ವ್ಯಯಕ್ತಿಕವಾಯಿತೆಂದ ಮೇಲೆ ಅದನ್ನು ಆಸ್ವಾದಿಸುವ ರೀತಿಯೂ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆಗ ವಿಭಿನ್ನ ರೀತಿಯ ಪಠ್ಯಗಳು ಬೇಕಿರುತ್ತವೆ. ತಮ್ಮ ಪಠ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಸಮಯದ ವಿಭಜನೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಬೇರೆಯದ್ದೇ ಆಗುತ್ತದೆ. ಇನ್ನು ಮನುಷ್ಯ ಹೆಚ್ಚು ಒಂಟಿಯಾಗುತ್ತಾ ಸಾಗುತ್ತಾನೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳೇ ರುಚಿ ತೋರಿಸಿಕೊಟ್ಟ 'ಆಂತರಿಕ ವಾಸ್ತವಾಭಾಸದ' ರೂಢಿಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕ ಆಕರಗಳು ಹೊರಗೆ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಇದರಿಂದ ನಿರಾಶೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಕಿರಿಕಿರಿಯಾಗುತ್ತಿದೆ.

೧೩. ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೇ ಅವಕಾಶಮಾಡಿಕೊಟ್ಟು ಅದು ನಮ್ಮನ್ನೇ ಆವರಿಸಿಕೊಂಡುಬಿಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು 'ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ' ಎಂದು ಇಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಟೀವಿ ಪಠ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಜಾರಿಯಾದಾಗ ಆಯಾ ಪಠ್ಯದ ಜೀವಿತಾವಧಿಯವರೆಗೂ ಅದು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಜೀವಂತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನೇ ಆಧರಿಸಿ ಪಠ್ಯದ ಮೂಲಕ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೂ ನಮಗೂ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವ ಹುನ್ನಾರದಿಂದ ಬಂದ ಹೊಸ ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ನಮ್ಮನ್ನು ಆವರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆದಷ್ಟೂ ಹೆಚ್ಚು ಪಡೆಯುವ ತಹತಹದಲ್ಲಿ, ಈ ಮೂಲಕ ನಮ್ಮ ಜ್ಞಾನಪ್ರಪಂಚವನ್ನು ಬೇಕಿಲ್ಲದ್ದಷ್ಟೂ ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಪಾಹಪಿಯಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ತನವನ್ನೇ ಮರೆತುಬಿಟ್ಟಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಗೂ ಮೀರಿದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ನಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟ ಅವಕಾಶದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯೇ 'ವಿಪರ್ಯಸ್ತ ಸ್ವಸ್ವರೂಪ'. ನಮ್ಮ ಅನನ್ಯತೆಯ ಇರುವಿಕೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಯೇ ನಮಗಿಂದು ಕಾಡುತ್ತಿದೆ ಎನ್ನುವ ಸತ್ಯಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಪರಾಮರ್ಶನ ಗ್ರಂಥಗಳು

೧. ಕುಲಕರ್ಣಿ ಎಂ.ಕೆ., ೧೯೯೧, **ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಹಾಗೂ ದ.ರಾ.ಬೇಂದ್ರೆ ಆತ್ಮಕಥನ,** ಕರ್ನಾಟಕ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಧಾರವಾಡ

೨. ಕೃಷ್ಣಯ್ಯ ಎಂ.ಎಚ್.(ಸಂ), ೧೯೯೧, **ಸಾಹಿತ್ಯ ಕಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿವರ್ತನೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಗತಿ,** ಸಂಯುಕ್ತ ವೇದಿಕೆ, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಅಕಾಡೆಮಿಗಳು, ಬೆಂಗಳೂರು

೩. ಕೃಷ್ಣರಾವ್ ಅ.ನ., ೧೯೭೧, **ನಾಟಕ ಕಲೆ,** ಹಂಸಧ್ವನಿ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು

೪. ಗದ್ದಿಗಿಮಠ ಬಿ.ಎಸ್., ೧೯೮೬, **ಕನ್ನಡ ಜಾನಪದ ಗೀತೆಗಳು,** ಕರ್ನಾಟಕ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಧಾರವಾಡ

೫. ಗಿರಡ್ಡಿ ಗೋವಿಂದರಾಜು, ೧೯೮೯, **ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಮತ್ತು ರಂಗಭೂಮಿ,** ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಕಾಶನ, ಹೆಗ್ಗೋಡು, ಸಾಗರ

೬. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಕಂಬಾರ, ೧೯೮೨, **ದೇಶಿ ಚಿಂತನ,** ಅಂಕಿತ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು

೭. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಕಂಬಾರ, ೨೦೧೦, **ತುದಿಯಿರದ ದಾರಿ,** ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ

೮. ಚಂದ್ರಶೇಖರ ಪಾಟೀಲ(ಸಂ), ೧೯೮೫, **ಸಂಕ್ರಮಣ ಸಾಹಿತ್ಯ ೧,** ಸಂಕ್ರಮಣ ಪ್ರಕಾಶನ, ಧಾರವಾಡ

೯. ಚಿನ್ನಪ್ಪಗೌಡ ಕೆ., ೧೯೯೦, **ಭೂತಾರಾಧನೆ ಜಾನಪದೀಯ ಅಧ್ಯಯನ,** ಮುದಿಪು ಪ್ರಕಾಶನ, ಮಂಗಳಗಂಗೋತ್ರಿ, ಮಂಗಳೂರು

೧೦. ಪಾದೆಕಲ್ಲು ನರಸಿಂಹಭಟ್(ಸಂ), ೧೯೮೧, **ಕನ್ನಡ ಜನಪದ ರಂಗಭೂಮಿ**(ರಂಗ ವೈಖರಿ ಶ್ರೀ ಮಾಂಬಾಡಿ ನಾರಾಯಣ ಭಾಗವತರ ಅಭಿನಂದನ ಗ್ರಂಥ ಮಾಂಬಾಡಿ ನಾರಾಯಣ ಭಾಗವತರ ಸನ್ಮಾನ ಸಮಿತಿ, ಮಿತ್ರನಡ್ಕ

೧೧. ಪ್ರಸನ್ನ, ೧೯೮೯, **ನಾಟಕ ರಂಗಕೃತಿಗಳ ವಿಚಾರಗಳು,** ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಕಾಶನ, ಹೆಗ್ಗೋಡು, ಸಾಗರ

೧೨. ಪ್ರಧಾನ ಗುರುದತ್ತ(ಅನು), ೧೯೮೯, **ಭಾರತೀಯ ಸಮಾಜದ ಐತಿಹಾಸಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ,** ನವಕರ್ನಾಟಕ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು

೧೩. ಬಸವರಾಜ ಕಲ್ಗುಡಿ, ೧೯೮೮, **ಮಧ್ಯಕಾಲೀನ ಭಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಅನುಭಾವ ಸಾಹಿತ್ಯ ಹಾಗೂ ಚಾರಿತ್ರಿಕ ಪ್ರಜ್ಞೆ,** ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಪರಿಷತ್ತು, ಬೆಂಗಳೂರು

೧೪. ಬಸವರಾಜ ಮಲಶೆಟ್ಟಿ, ೧೯೮೩, **ಪ್ರಾಚೀನ ಕರ್ನಾಟಕದಲ್ಲಿ ನಾಟಕ ಪರಂಪರೆ,** ಶ್ರೀ ಜಗದ್ಗುರು ಕೊಟ್ಟೂರುಸ್ವಾಮಿ ಮಠ, ಹೊಸಪೇಟೆ

೧೫. ಬಸವರಾಜ ನೆಲ್ಲಿಸರ, ೧೯೯೦, **ನಮ್ಮ ಪ್ರದರ್ಶಕ ಜನಪದ ಕಲೆಗಳು,** ಶಕ್ತಿ ಪ್ರಕಾಶನ, ಮೈಸೂರು

೧೬. ಧೂಪದ ಎಂ.ಟಿ., ೧೯೮೩, **ಶ್ರೀಕೃಷ್ಣ ಪಾರಿಜಾತ ಜಾನಪದ ಶೈಲಿ ಭಾಮಾ ಕಲಾಪಮು ಕೂಚಿಪುಡಿ ಶೈಲಿ ತುಲನಾತ್ಮಕ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಧ್ಯಯನ,** ಕರ್ನಾಟಕ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಧಾರವಾಡ

೧೭. ದೇವೇಂದ್ರಕುಮಾರ ಹಕಾರಿ, ೧೯೮೫, **ಜಾನಪದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಥನ ಗೀತೆಗಳಲ್ಲಿ ದುಃಖಾಂತ ನಿರೂಪಣೆ,** ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಪರಿಷತ್ತು, ಬೆಂಗಳೂರು

೧೮. ನಾಗಭೂಷಣ ಎ.ಆರ್., ೨೦೦೨, **ನಾಟಕ ಅಂತರಂಗ,** ಸಂಚಯ ಪ್ರಕಾಶನ, ಬೆಂಗಳೂರು

೧೯. ನಾಗಭೂಷಣ ಎ.ಆರ್., ೧೯೯೩, **ನಾಟಕ ಪ್ರವೇಶಿಕೆ,** ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಕಾಶನ, ಹೆಗ್ಗೋಡು, ಸಾಗರ

೨೦. ನಾವಡ ಎ.ವಿ. ಮತ್ತು ಗಾಯತ್ರಿ ನಾವಡ, ೧೯೯೨, **ಕಾಡ್ಯಾನಾಟ ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರದರ್ಶನ,** ಕರ್ನಾಟಕ ಜಾನಪದ ರಂಗಕಲೆಗಳ ಅಧ್ಯಯನ ಕೇಂದ್ರ, ಉಡುಪಿ

೨೧. ನೇಗಿನಾಳ ಎಂ.ಬಿ., ೧೯೯೩, **ಮೈಲಾರಲಿಂಗ ಖಂಡೋಬಾ ಒಂದು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಅಧ್ಯಯನ,** ಪ್ರಸಾರಾಂಗ, ಕರ್ನಾಟಕ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಧಾರವಾಡ

೨೨. ನಿಂಗಣ್ಣ ಸಣ್ಣಕ್ಕಿ, ೧೯೮೨, **ಜಾನಪದ ಜಯಂತಿ,** ಜಾನಪದ ಮಂಟಪ, ರಾಯಭಾಗ

೨೩. ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ ಬರಗೂರು(ಪ್ರ.ಸಂ), ೧೯೯೩, **ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯದಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ,** ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು

೨೪. ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ ಬರಗೂರು(ಪ್ರ.ಸಂ), ೧೯೮೩, **ಕನ್ನಡ ಶಿಷ್ಟ ಸಾಹಿತ್ಯದಲ್ಲಿ ಜಾನಪದ,** ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು

೨೫. ರಾಮಕೃಷ್ಣ ಆಚಾರ ಪಾಲ್ತಾಡಿ, ೧೯೯೨, **ಜನಪದ ಕುಣಿತಗಳು,** ಕರ್ನಾಟಕ ಸಂಘ, ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ

೨೬. ರಾನಡೆ ಆರ್.ಡಿ., ೧೯೭೬, **ಕನ್ನಡ ಸಂತರ ಪಾರಮಾರ್ಥ ಪಥ,** ಕರ್ನಾಟಕ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಧಾರವಾಡ

೨೭. ಲಿಂಗಣ್ಣ ಸಿಂಪಿ, ಧೂಲಾ ಪಿ(ಸಂ), ೧೯೯೦, **ಜೀವನ ಸಂಗೀತ,** ಸಮಾಜ ಪುಸ್ತಕಾಲಯ, ಧಾರವಾಡ

೨೮. ವಾಮನ ನಂದಾವರ, ೧೯೯೨, **ಜನಪದ ಸುತ್ತಮುತ್ತ,** ಪ್ರಜ್ಞಾಬಂಧು ಪ್ರಕಾಶನ, ಮಂಗಳೂರು

೨೯. ವೀರೇಶ ಬಡಿಗೇರ, ೨೦೧೦, **ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಸಂಕಥನ,** ಮಯ ಪ್ರಕಾಶನ, ಕಮಲಾಪುರ

೨೯. ಸಂಗಣ್ಣ ಮುದೇನೂರು(ಸಂ), ೧೯೯೩, **ಗೊಂದಲಿಗರ ದೇವೇಂದ್ರಪ್ಪನವರ ಆಟಗಳು,** ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಹಂಪಿ

೩೧. ಸುಶೀಲಾ ಪಿ.ಉಪಾಧ್ಯಾಯ, ೧೯೮೯, **ಜನಪದ ಆರಾಧನೆ ಮತ್ತು ರಂಗಕಲೆ,** ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಜಾನಪದ ರಂಗಕಲೆಗಳ ಅಧ್ಯಯನ ಕೇಂದ್ರ, ಉಡುಪಿ

೩೨. ಶಿವರುದ್ರಪ್ಪ ಜಿ.ಎಸ್.(ಪ್ರ.ಸಂ), ೧೯೯೦, **ಭಾರತೀಯ ಸಾಹಿತ್ಯ ಸಮೀಕ್ಷೆ ಸಂಪುಟ,** ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು

೩೩. ಶಿವರುದ್ರಪ್ಪ ಜಿ.ಎಸ್.(ಸಂ), ೧೯೮೪, **ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಭಟನೆ,** ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು

ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪುಸ್ತಕಗಳು

1. Abercrombie, N. 1996, *Television and Society,* Cambridge: Polity Press.
2. Abercrombie, N., Hill, S. and Turner, B., 1980 *The Dominant Ideology Thesis,* London: Allen & Unwin.
3. Alexander, J.C., Giesen, B., Munch, R. and Smelser, N.J.(eds), 1987, *The Micro-Macro Link,* Berkeley, CA: University of California Press.
4. Allen, R.C., 1985, *Speaking of Soap Operas,* Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

5. Ang, I., 1985, *Watching "Dallas": Soap Opera and the Melodramatic Imagination,* New York: Methuen.

6. Ang, I., 1989, "Wanted: audiences. On the politics of empirical audience studies," in E.Seiter, H.Borchers, G.Kreutzner and E.M.Warth (eds.) *Remote Control: Television Audiences and Cultural Power,* London: Routledge.

7. Ang, I., 1994, "In the realm of uncertainty: the global village and capitalist postmodernity," in D.Mitchell and D.Crowley (eds.) *Communication Theory Today,* Cambridge: Polity Press.

8. Blumler, J.G., Gurevitch, M. and Katz, E., 1985, "Reaching out: a future for gratifications research," in K.E.Rosengren, L.A.Wenner and P.Palmgreen (eds.) *Media. Gratifications Research: Current Perspectives,* Beverly Hills, CA: Sage.

9. Blumler, J.G., McLeod, J.M. and Rosengren, K.E., 1992, "An introduction to comparative communication research," In J.G.Blumler, J.M.McLeod and K.E. Rosengren (eds.) *Comparatively Speaking: Communication and Culture across Space and Time,* Newbury Park, CA: Sage.

10. Boyd-Barrett, O. and Newbold, C.(eds), 1995, *Approaches to Media: A Reader.* London: Arnold.

11. Cobley, P., 1994, "Throwing out the baby: populism and active audience theory," *Media Culture and Society* 16:677–87.

12. Corner, J., 1991, "Meaning, genre and context: the problematics of 'public knowledge' in the new audience studies," in J.Curran and M.Gurevitch (eds.) *Mass Media and Society* (1st edn), London: Methuen.

13. Corner, J., 1995, *Television Form and Public Address,* London: Arnold.

14. Cumberbatch, G., Brown, J., McGregor, R. and Morrison, D., 1986, "Television and the miners' strike," London: British Film Institute Broadcasting Research Unit.

15. Curran, J., 1990, "The new revisionism in mass communication research," *European Journal of Communication* 5(2–3)

16. Curran, J. and Gurevitch, M. (eds), 1991, *Mass Media and Society* (1st edn), London: Arnold.

17. Curran, J., Morley, D. and Walkerdine, V.(eds), 1996, *Cultural Studies and Communications,* London: Arnold.

18. Dayan, D. and Katz, E., 1992, *Media Events: The Live Broadcasting of History,* Cambridge, MA: Harvard University Press.

19. De Certeau, M., 1984, *The Practices of Everyday Life,* Los Angeles, CA: University of California Press.

20. Downing, J., Mohammadi, A. and Sreberny-Mohammadi, A., 1990, *Questioning the Media: A Critical Introduction,* London: Sage.

21. Eco, U., 1979, "Introduction: the role of the reader," in *The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts,* Bloomington, IN: Indiana University Press.

22. Erni, J., 1989, "Where is the audience?" *Journal of Communication Enquiry* 13(2):30–42.

23. Fejes, F., 1984, "Critical mass communications research and media effects: the problem of the disappearing audience," *Media, Culture and Society* 6(3):219–32.

24. Fiske, J., 1989, "Moments of television: neither the text nor the audience," in E.Seiter, H.Borchers, G.Kreutnert and E.-M.Warth (eds) *Remote Control: Television Audiences and Cultural Power,* London: Routledge.

25. Gamson, W.A, 1992, *Talking Politics,* Cambridge: Cambridge University Press.

26. Giddens, A., 1984, *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration,* Cambridge: Polity Press.

27. Gitlin, T., 1990, "Who communicates what to whom, in what voice and why: about the study of mass communication," *Critical Studies in Mass Communication* 7(2):185–96.

28. Graber, D.A., 1988, *Processing the News: How People Tame the Information Tide* (2nd edn), NewYork: Longman.

29. Grossberg, L., 1994, "Can cultural studies find true happiness in communication?" in M.R.Levy and M.Gurevitch (eds) *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field,* New York: Oxford University Press.

30. Hall, S., 1980, "Encoding/decoding," in S.Hall, D.Hobson, A.Lowe and P.Willis (eds) *Culture, Media, Language,* London: Hutchinson.

31. Hall, S., 1989, "Ideology and communication theory," in B.Dervin, L.Grossberg, B.O'Keefe and E.Wartella (eds) *Rethinking Communication: Paradigm Exemplars,* London: Sage.

32. Hall, S., 1994, "Reflections on the encoding/decoding model," in J.Cruz and J.Lewis (eds) *Viewing, Reading, Listening: Audiences and Cultural Reception,* Boulder, CO: Westview Press.

33. Hammersley, M. and Atkinson, P., 1983, *Ethnography: Principles in Practice,* London: Tavistock.

34. Hobson, D., 1982, *Crossroads: the Drama of a Soap Opera,* London: Methuen.

35. Hoijer, B., 1990, "Studying viewers' reception of television programmes: theoretical and methodological considerations," *European Journal of Communication* 5(1):29–56.

36. Iser, W., 1980, "Interaction between text and reader," in S.R.Suleirnan and I.Crosman (eds) *The Reader in the Text: Essays on Audience and Interpretation,* Princeton, NJ: Princeton University Press.

37. Jensen, K.B. and Jankowski, N.W.(eds), 1991, *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research,* London: Routledge.

38. Jensen, K.J. and Rosengren, K.E., 1990, "Five traditions in search of the audience," *European Journal of Communication* 5(2–3):207–38.

39. Jordin, M. and Brunt, R., 1988, "Constituting the television audience: a problem of method," in P.Drummond and R.Paterson (eds) *Television and its Audience,* London: British Film Institutes.

40. Katz, E., 1979, "The uses of Becker, Blumler and Swanson," *Communication Research* 6(1): 74–83.

41. Lang, K. and Lang, G.E., 1983, "The 'new' rhetoric of mass communication research: a longer view," *Journal of Communication* 33(3).

42. Lewis, J., 1991, "The ideological octopus: an exploration of television and its audience," London: Routledge.

43. Liebes, T. and Katz, E., 1990, *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of "Dallas",* Oxford: Oxford University Press.

44. Livingstone, S., 1996, "On the continuing problem of media effects," in J.Curran and M.Gurevitch (eds) *Mass Media and Society* (2nd edn), London: Arnold.

45. Livingstone, S.M. 1998, *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation.* London: Routledge. *Relationships between media and audiences*

46. Livingstone, S.M. and Lunt, P.K., 1994, *Talk on Television: The Critical Reception of AudienceDiscussion Programmes,* London: Routledge.

47. McQuail, D., 1994, *Mass Communication Theory,* London: Sage.

48. Moores, S., 1993, *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption,* London: Sage.

49. Morgenstern, S., 1992, "The epistemic autonomy of mass media audiences," *Critical Studies in Mass Communications* 9:293–310.

50. Morley, D., 1980, *The Nationwide Audience: Structure and Decoding,* London: British Film Institute.

51. Morley, D., 1992, *Television, Audiences and Cultural Studies,* London: Routledge.

52. Morrow, R.A. and Brown, D.D., 1994, *Critical Theory and Methodology,* Thousand Oaks, CA: Sage.

53. Murdock, G., 1989, "Cultural studies," *Critical Studies in Mass Communication* 6(4):436–40.

54. Nightingale, V., 1996, *Studying the Television Audience,* London: Routledge.

55. Philo, G., 1993, "Getting the message: audience research in the Glasgow University Media Group," in J.Eldridge (ed.) *Getting the Message: News, Truth and Power,* London: Routledge. Press, A. (1996) "Comment on Livingstone and Trope/Pesach-Gaunt," Paper presented to the symposium, *The Media and The Public, Jerusalem,* May. Price, S. (1993) *Media Studies,* London: Pitman.

56. Radway, J., 1984, *Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature,* Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.

57. Schiller, H.I., 1992, *Mass Communication: An American Empire,* Boulder, CO: Westview Press.

58. Schlesinger, P., Dobash, R.E., Dobash, R.P. and Weaver, C.K., 1992, *Women Viewing Violence,* London: British Film Institute.

59. Seaman, W., 1992, "Active audience theory: pointless populism," *Media, Culture and Society,* 14:301–11.

60. Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G. and Warth, E.-M., 1989, *Remote Control: Television Audiences and Cultural Power,* London: Routledge.

61. Silverstone, R., 1994, *Television and Everyday Life,* London: Routledge.

62. Suleiman, S. and Crosman, I.(eds), 1980, *The Reader in the Text,* Princeton, NJ: Princeton University Press.

63. Thompson, J.B., 1990, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of MassCommunication,* Cambridge: Polity Press.

64. Thompson, J.B., 1994, "Social theory and the media," in D.Crowley and D.Mitchell (eds) *Communication Theory Today,* Cambridge: Polity Press.

65. Willis, P., 1990, *Common Culture,* Buckingham: Open University Press.

66. Wright, H., 1996, "Decentering Birmingham," Plenary paper presented to *Crossroads in Cultural Studies: An International Conference,* Tampere, Finland, July.